





***HYPERMODÈLES : ENVIRONNEMENT ARTISTIQUE DE RÉALITÉ VIRTUELLE (VR)  
SUR LA THÉMATIQUE DE LA BEAUTÉ VIRTUELLE***

**par**

**Bráulio Christi de Lima**

**Mémoire présenté à l'Université du Québec à Chicoutimi en vue de l'obtention du  
grade de Maître en Art, profil Animation 3D et Design Numérique**

Québec, Canada

© Bráulio Christi de Lima, 2017



## RÉSUMÉ

Dans la société actuelle où les médias monopolisent de plus en plus l'attention des citoyens, la beauté est toujours présentée comme un idéal à atteindre. Personne ne peut échapper au bombardement médiatique incessant du capitalisme esthétique (Lipovetsky et Serroy, 2013). Celui-ci propose l'image d'un corps parfait et standardisé, guidé par la figure de la santé parfaite (Sfez, 1995), un corps mis en obsolescence comme l'obsolescence de la marchandise (Le Breton, 2013).

Les modèles actuels de la beauté sont des fabrications médiatiques qui ressemblent davantage à une forme de réalité virtuelle, inexistante et inatteignable. L'individu contemporain tente alors d'atteindre l'idéal de la beauté postmortelle portée par les promesses de l'industrie de la jeunesse éternelle (Lafontaine, 2008).

Dans ce contexte, la question de recherche de ce mémoire est la suivante : comment concevoir une expérience basée sur un environnement artistique transmédia permettant de poser un regard critique sur l'emprise de l'idéal de beauté virtuelle médiatique sur l'individu ?

Afin de provoquer des réflexions sur le sujet, je propose donc un projet de mise en exposition transmédiatique. Concrètement, le résultat de cette recherche consistera en la conception de plusieurs prototypes portant sur la thématique de la beauté virtuelle et exposés sous la forme d'un environnement de réalité virtuelle. L'objectif général de cette recherche repose sur le développement d'une nouvelle méthodologie de recherche-création adaptée aux contraintes de la conception de projets transmédiatiques en art numérique.

**Mots-clés :** environnement artistique, réalité virtuelle, beauté virtuelle, transmédia, expérience esthétique, design d'expérience, muséologie

## TABLE DES MATIÈRES

|   |     |
|---|-----|
| RÉSUMÉ.....   | ii  |
| TABLE DES MATIÈRES.....   | iii |
| LISTE DES FIGURES .....   | v   |
| REMERCIEMENTS.....  | vi  |
| INTRODUCTION.....   | 1   |
| CHAPITRE 1.....   | 5   |
| LA BEAUTÉ VIRTUELLE.....  | 5   |
| 1.1 S'INTERROGER SUR LA BEAUTÉ.....                             | 5   |
| 1.2 EXPLORATIONS CRITIQUES SUR LA THÉMATIQUE DE LA BEAUTÉ ..... | 9   |
| 1.2.1 ORLAN.....  | 9   |
| 1.2.2 DAVID LACHAPELLE.....                                     | 12  |
| 1.2.2 FERNANDA MAGALHÃES.....                                   | 16  |
| 1.2.3 SYNTHÈSE DE L'ANALYSE DES OEUVRES.....                    | 19  |
| CHAPITRE 2.....   | 20  |
| MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE-CRÉATION.....                         | 20  |
| 2.1 L'APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE DU JOURNAL DE BORD.....           | 20  |
| 2.2 MODÈLE DE LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE-CRÉATION.....        | 21  |
| 2.3 LE JOURNAL DE BORD.....                                     | 27  |
| CHAPITRE 3.....   | 30  |
| CADRE CONCEPTUEL D'ANALYSE.....                                 | 30  |
| 3.1 LA NARRATIVITÉ TRANSMÉDIA.....                              | 30  |
| 3.2 L'ENVIRONNEMENT ARTISTIQUE .....                            | 32  |
| 3.3 LE DESIGN D'EXPÉRIENCE.....                                 | 34  |
| CHAPITRE 4.....   | 37  |
| L'EXPOSITION DE RÉALITÉ VIRTUELLE HYPERMODÈLES.....             | 37  |
| 4.1 LE TITRE DE L'EXPOSITION : HYPERMODÈLES .....               | 37  |
| 4.2 LE PROJET D'ENVIRONNEMENT ARTISTIQUE.....                   | 39  |
| 4.2.1 VÉNUS AU SELFIE .....                                     | 43  |
| 4.2.2 BEAUTÉ FRAGMENTÉE.....                                    | 45  |
| 4.2.3 HOLLOW BEAUTY .....                                       | 47  |
| 4.2.4 EX-VOTO DA BELEZA.....                                    | 49  |

|   |    |
|---|----|
| 4.2.5 THE DOOR OF PERFECTION .....                              | 51 |
| CHAPITRE 5.....   | 53 |
| ANALYSE DU PROJET HYPERMODÈLES .....                            | 53 |
| 5.1 ATTEINTE DES OBJECTIFS DE RECHERCHE-CRÉATION .....          | 53 |
| 5.2 RÉPONSE À LA QUESTION DE DÉPART .....                       | 54 |
| 5.3 USAGE DE LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE-CRÉATION.....         | 55 |
| 5.3.1 ÉTUDE DE CAS DU MASQUE DE BEAUTÉ : ELEKTRATEK.....        | 56 |
| 5.4 ENVIRONNEMENT ARTISTIQUE DE L'EXPOSITION HYPERMODÈLES ..... | 63 |
| CONCLUSION .....  | 67 |
| BIBLIOGRAPHIE.....  | 71 |
| ANNEXES.....  | 75 |

## LISTE DES FIGURES

|  |    |
|--|----|
| FIGURE 1 : OMNIPRESENCE : ORLAN, 1993.....   | 10 |
| FIGURE 2 : LONELY DOLL : DAVID LACHAPELLE, 1998 .....                                  | 13 |
| FIGURE 3 : SLAVERY IV : DAVID LACHAPELLE, 2003.....                                    | 14 |
| FIGURE 4 : GORDA 3 : FERNANDA MAGALHÃES, 1995.....                                     | 16 |
| FIGURE 5 : SCHÉMA MÉTHODOLOGIQUE : BRÁULIO DE LIMA, 2017 .....                         | 22 |
| FIGURE 6 : SCHÉMA EXPO HYPERMODÈLES VR : BRÁULIO CHRISTI, 2017.....                    | 40 |
| FIGURE 7 : CONCEPTS ŒUVRES DE L'EXPO HYPERMODÈLES VR : BRÁULIO DE LIMA, 2017.....      | 41 |
| FIGURE 8 : D'AUTRES CONCEPTS DE L'EXPO HYPERMODÈLES VR : BRÁULIO DE LIMA, 2017.....    | 42 |
| FIGURE 9 : CONCEPTS VÉNUS AU SELFIE : BRÁULIO DE LIMA, 2016 .....                      | 44 |
| FIGURE 10 : CONCEPT BEAUTÉ FRAGMENTÉE : BRÁULIO DE LIMA, 2016.....                     | 46 |
| FIGURE 11 : CONCEPTS HOLLOW BEAUTY : BRÁULIO DE LIMA, 2016.....                        | 48 |
| FIGURE 12 : CONCEPTS EX-VOTO DA BELEZA : BRÁULIO DE LIMA, 2016.....                    | 50 |
| FIGURE 13 : CONCEPTS THE DOOR OF PERFECTION : BRÁULIO DE LIMA, 2017.....               | 51 |
| FIGURE 14 : CONCEPT POUR LA PEAU : BRÁULIO DE LIMA, 2016.....                          | 57 |
| FIGURE 15 : CONCEPTS MASQUE INFINI : BRÁULIO DE LIMA, 2017 .....                       | 58 |
| FIGURE 16 : MASQUE DE BEAUTÉ : BRÁULIO DE LIMA, 2017 .....                             | 62 |
| FIGURE 17 : CONCEPTS DE L'ASCENSEUR ET PLANCHERS : BRÁULIO DE LIMA, 2017 .....         | 64 |
| FIGURE 18 : CONCEPT LIGNE BLANCHE DE L'EXPO HYPERMODÈLES VR : BRÁULIO DE LIMA, 2017 .. | 65 |

## REMERCIEMENTS

J'aimerais remercier mon directeur de recherche Yan Breuleux. Sans lui cette recherche n'aurait pas été possible. Il m'a bien accueilli avec ses enseignements académiques et professionnels. Je lui serai toujours reconnaissant pour sa disponibilité à tous moments, sa patience et sa compréhension. Aussi, il faut souligner son importante contribution artistique pour la conception et la réalisation de ce projet de recherche-crédation. Merci Yan!

Je remercie aussi tous ceux qui sont devenus mes amis dans ce voyage. Yves Meunier, un grand ami qui m'a accueilli avec son grand cœur québécois et sa passion pour l'enseignement du français. Nadia Miltcheva et Érika Aube, mes amies et collègues de la maîtrise du NAD. Ensemble, nous avons partagé d'importantes discussions et de nombreuses idées stimulantes. Je remercie encore tous les collègues de la maîtrise qui ont directement influencé mon parcours académique. Je remercie également toute l'équipe de l'école NAD.

Je remercie ma famille, qui m'a toujours soutenu malgré la distance. Finalement, je remercie mon partenaire Alencar Ferreira, la personne qui a déclenché ce voyage. *Obrigado pelo apoio incondicional!*

## INTRODUCTION

Malgré son caractère multiculturel, la société brésilienne est marquée par un idéal de beauté martelé par les médias de masse (à travers la télévision, les magazines, les réseaux sociaux). Cet idéal impose à la conscience des individus des standards de beauté qui ne correspondent pas à leur réalité quotidienne.

En tant qu'artiste visuel brésilien, cette pression sociale incessante de l'idéal de beauté médiatique m'a toujours dérangé. L'obligation de me conformer à un idéal standardisé me semble contradictoire avec l'idée même de diversité culturelle. En tant qu'individu directement impliqué dans les médias sociaux et sensible aux messages véhiculés, j'ai choisi de poser un regard critique sur un phénomène en employant les moyens avec lesquels il se répand, se diffuse et impose ses critères.

Je me définis comme un artiste œuvrant dans le champ de la conception et du design. J'ai choisi ce programme de maîtrise afin de développer mes talents de concepteur et de me réaffirmer en tant qu'acteur social. J'ose dire que ma créativité déborde les limites matérielles qui s'offrent à moi. De plus, je ne peux m'arrêter à une seule façon de concevoir l'art. C'est en ce sens que j'ai choisi de canaliser mes énergies de concepteur sous la forme d'une méthodologie de recherche-crédation.

Aussi, il est nécessaire d'éclairer le lecteur sur mes intentions de recherche. Ce projet vise à poser un regard original sur l'idéal de beauté virtuelle répandu et véhiculé par les médias contemporains. Il ne s'agit pas de réaliser une analyse philosophique sur ce qui est beau ou ce qui ne l'est pas. La notion de beauté est un concept qui change selon les époques et le regard de chacun. Chaque personne a sa propre conception de la beauté. De surcroît, il est indéniable que les critères de beauté subissent également des changements majeurs selon la culture (Dortier,

2008). Je me concentrerai donc principalement sur la thématique de la standardisation du beau. Je proposerai une actualisation, dans l'univers du virtuel, du concept de la « société du spectacle » tel que formulé par Guy Debord en 1967.

Chaque culture propose sa vision de la beauté. Pour ma part, il s'agit de proposer, par le biais d'un environnement médiatique, une certaine critique du monde contemporain. J'espère ainsi libérer un peu chaque spectateur de la pression constante des modèles virtuels de la beauté.

Dans la société du spectacle où la vision est devenue le sens supérieur, la beauté est toujours présentée comme un idéal à atteindre (Albruzzese, 2007 et Le Breton, 2013). On ne peut pas échapper au bombardement médiatique constant du capitalisme esthétique (Lipovetsky et Serroy, 2013). Celui-ci propose l'image d'un corps parfait et standardisé, guidé par la figure de la santé parfaite (Sfez, 1995), un corps qui est devenu marchandise dans la société de consommation (Baudrillard, 1970). L'individu contemporain, guidé par une méprise de son corps, tente d'atteindre l'idéal de la postmortalité porté par les promesses d'une industrie de la jeunesse éternelle (Lafontaine, 2008).

Les modèles actuels de la beauté sont donc des fabrications médiatiques qui ressemblent davantage à une forme de réalité virtuelle, inexistante et inatteignable. Un idéal de beauté qui n'existe que dans le numérique.

Afin de susciter un questionnement à ce sujet et explorer différentes pistes de solutions, je propose un projet de mise en exposition transmédia. Concrètement, le résultat de cette recherche consistera en la conception de divers projets portant sur la thématique générale de la beauté virtuelle et sera exposé sous la forme d'un environnement artistique. J'utiliserai ainsi la conception de l'environnement artistique

telle que proposé par Frank Popper en 1975 et la définition du concept de transmédia développée par Giovagnoli en 2011.

Cette recherche-création repose sur trois objectifs. Dans un premier temps, cette recherche vise à mieux comprendre le processus de création d'un environnement artistique utilisant le potentiel expressif des outils transmédiatiques.

Le deuxième objectif proposé vise à mettre en forme une pensée critique sur la tyrannie de l'idéal de la beauté virtuelle<sup>1</sup>.

Le troisième objectif, plus concret, vise à mettre en place une méthodologie de recherche-création adaptée aux contraintes de la création transmédiatique. Celle-ci nécessite une attention particulière concernant la manière d'organiser les différentes notions narratives. Comment transposer une même thématique sur de multiples supports? Comment créer, par un effet multiplicateur, de nouvelles significations attachées aux possibilités créatives de chaque média?

La méthodologie utilisée pour analyser cette recherche s'inscrit dans le courant phénoménologique (Merleau-Ponty, 1978) reposant sur une approche d'analyse auto-ethnographique (Ellis, Adams et Bochner, 2010). Plus précisément, selon cette démarche, je procéderai en faisant l'usage de l'outil d'analyse du journal de bord. Celui-ci, en accord avec la nature de la recherche, fonctionnera comme un instrument de conception qui utilise une certaine logique de création qui est

---

<sup>1</sup> Il faut toutefois préciser que cette recherche se concentre principalement au niveau de l'observation du processus de création. Il sera possible, dans une recherche ultérieure, de réaliser une étude de réception permettant de valider, auprès d'un groupe cible, comment l'œuvre peut modifier ou influencer leur conception de la beauté. Une telle recherche nécessite la mise en place d'un protocole de recherche particulier et un pré-terrain qui, à mon avis, serait plus applicable dans le cadre d'une recherche doctorale.



emprunté à la bande dessinée. Donc, le journal procédera par une pensée par images permettant une prévisualisation des œuvres.

Ainsi, au premier chapitre, je présenterai la notion de l'idéal de beauté à partir de l'analyse d'œuvres de quelques artistes qui ont abordé cette thématique. Ce chapitre permettra de positionner cette recherche au niveau de l'approche critique envisagée pour la conception de ce projet de recherche-crédation. Le deuxième chapitre sera consacré à l'exposition de la méthodologie utilisée pour la réalisation de cette recherche. Ensuite, le troisième chapitre permettra de définir le cadre conceptuel où j'analyserai les trois concepts attachés à ce mémoire soit le design d'expérience, l'environnement artistique et la narrativité transmédia. Le chapitre quatre présentera le projet *Hypermodèles*, c'est-à-dire les différentes dimensions de l'environnement de l'exposition virtuelle. Enfin, le cinquième chapitre posera un regard sur les œuvres en analysant le processus créatif, l'approche méthodologique en relation avec les termes du cadre conceptuel. La conclusion sera brève : elle présentera une synthèse du chemin parcouru ainsi que les prochaines étapes de la recherche.

# CHAPITRE 1

## LA BEAUTÉ VIRTUELLE

### 1.1 S'INTERROGER SUR LA BEAUTÉ

Selon la définition commune, d'après Souriau (1990), dans le dictionnaire *Vocabulaire d'esthétique*, la beauté est la qualité de ce qui est beau. Selon la définition de la beauté du dictionnaire Larousse en ligne, la beauté, est « la qualité de quelqu'un ou de quelque chose qui est beau selon un idéal esthétique »<sup>2</sup>. L'idéal esthétique de la beauté occupe une grande importance dans la société actuelle. Avec l'essor de la société du spectacle médiatique en continu, la beauté a trouvé une forme de dissémination globale, efficace et constante qui est véhiculée à travers les médias électroniques, imprimés et numériques. L'idéal de beauté, au point de vue social, est toujours en mutation. Il est de plus en plus associé au succès professionnel, à la jeunesse, à l'idéal de la santé parfaite, à la marchandisation de Soi et au pouvoir de séduction. On utilise l'attrait de la beauté pour vendre le meilleur produit, attirer l'attention des consommateurs et construire les désirs de consommation. L'idéal de beauté est inscrit au plus profond de nos rapports sociaux.

Cependant, ceux et celles qui sont à l'écart des idéaux véhiculés par les médias subissent les conséquences involontaires de cette exclusion. En effet, si vous ne répondez pas aux exigences normatives du modèle actuel de la beauté, vous perdez en pouvoir de séduction (Albruzzese, 2007; Dortier, 2008; Le Breton, 2013). L'individu qui souscrit à ces valeurs cherche toujours à se conformer à un idéal en mouvement qui s'éloigne sans cesse. L'individu se sent alors constamment en porte à faux, habité par la honte de sa propre personne.

---

<sup>2</sup> Voir : [<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/beauté/8533>], consulté le 9 août 2017.

Ce malaise lié au contraste entre l'image sociale du corps véhiculée par Hollywood ou la publicité et le corps vécu comme insuffisant, provoque ce complexe d'Adonis, ce sentiment pour l'homme de ne pas être à la hauteur. (Pope, Phillips, Olivardia, 2000 cité dans Le Breton, 2013, p. 238)

Les critères esthétiques de la beauté de la société de consommation ont été élevés à des niveaux inatteignables. La beauté, comme forme de capitalisme esthétique (Lipovetsky et Serroy, 2013), est devenue un espace virtuel qui constitue un capital monétaire immatériel.

De nos jours, les méthodes traditionnelles ne sont plus suffisantes pour atteindre les critères de beauté proposés par les médias. Au-delà des interventions chirurgicales, des diètes et du maquillage, on applique sur nous-mêmes toutes sortes de filtres et d'effets de photographies numériques. On n'a qu'à penser, par exemple, à la panoplie de filtres *Instagram*. Il sera même possible, dans un avenir rapproché, de corriger les défauts physiques afin d'offrir une vision augmentée de soi-même. Comme on le constate dans la prédiction de Peg Zeglin Brand (2013, p. 334): «Moreover, technoscience will bring us far beyond the advances in self-intervention offered by technologies like Photoshop, doubtless soon to be outdated ». Nous sommes de plus en plus des représentations allégoriques de nous-même. Les individus, en proposant des images corrigées et médiatisées d'eux-mêmes deviennent des produits de consommation soumis au processus d'obsolescence (Quessada, 1999)<sup>3</sup>. C'est par le biais des comptes *Facebook* et *Instagram* que chacun pose un regard sur la beauté de l'autre. La beauté est au cœur de nos rapports de séduction; cette beauté que nous cherchons

---

<sup>3</sup> Quessada, D. (1999). *La société de consommation de soi*. Paris: Verticales.

instinctivement chez les autres. C'est d'ailleurs ce que Dortier nous confirme dans son article intitulé « La tyrannie de la beauté » :

C'est incontestablement sur le marché de l'amour que la loi de la beauté est la plus implacable. Et la plus cruelle. En dépit de « l'amoureuement correct » qui voudrait que l'on aime une personne d'abord pour sa personnalité, sa générosité, son intelligence, son humour [...] la beauté reste le facteur prédominant dans l'attraction entre les êtres. (Dortier, 2008)

Tant dans la société de la Renaissance que dans la société contemporaine, on a toujours trouvé des personnes prédisposées à tout faire pour se conformer aux standards de la beauté idéale, ceci même au détriment de leur bonne santé physique (voir les fards du XVI<sup>ème</sup> siècle<sup>4</sup> et les diètes contemporaines), (Vigarello, 2004). En ce sens, il n'est pas difficile de trouver sur les réseaux sociaux des gens qui, dans une sorte de folie, ont dépassé les limites de leur corps. Pensons également aux complications et problèmes causés par de mauvaises chirurgies esthétiques. Plus surprenant encore sont les personnes obsédées par des apparences basées sur des esthétiques artificielles. Elles poursuivent un idéal de beauté aussi irréel que les modèles retouchés dans les magazines ou les icônes idéalisées de poupées pour enfants. C'est le cas du brésilien Maurício Galdi âgé de 29 ans qui est apparu dans l'émission télévisée *Botched* <sup>5</sup> aux États-Unis et est reconnu aussi comme le *Human Ken Doll*. À l'émission, les docteurs du programme lui ont déconseillé de faire de nouvelles chirurgies, mais à la suite de l'émission, il a subi une nouvelle chirurgie pour retirer deux côtes de chaque côté de son corps.

---

<sup>4</sup> Vigarello raconte comment les femmes du XVI<sup>ème</sup> siècle utilisaient de fards pour s'embellir malgré la reconnaissance que ces produits avaient des effets nocifs. Voir le chapitre Le feu du visage et les humeurs dans *L'histoire de la beauté*, 2004.

<sup>5</sup>Voir : [<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3630880/Brazil-s-human-Ken-doll-wants-FOUR-RIBS-removed-quest-look-like-Barbie-s-boyfriend-doctors-warned-kill-him.html>], consulté le 15 août 2017

Fort heureusement pour lui, à l'origine de son projet de chirurgie, il avait l'intention de faire enlever quatre côtes de chaque côté. Son projet de transformation a débuté à l'âge de 17 ans lors de classes de comédie. Lors de l'émission, il confiait au grand public que son manque d'estime de l'apparence de sa propre personne l'a amené à développer un complexe d'infériorité.

Ainsi, la séparation entre le beau et le laid nous impose des critères normatifs immédiats<sup>6</sup>. Mais est-ce que l'idéal de beauté devrait être si important? Comment échapper ou critiquer l'idéal de la beauté médiatique contemporaine? Est-ce qu'on s'interroge suffisamment l'emprise des idéaux de la puissance de la beauté? Est-ce que ces idéaux influencent la perception de notre propre corps? Pour notre part, est-ce qu'il est possible de poser un regard critique sur le phénomène en employant les mêmes moyens par lesquels il se propage?

Avec l'avènement des technologies du virtuel, la tyrannie de la beauté (Dortier, 2008) a trouvé des nouveaux canaux de diffusion. La prolifération des statuts *Facebook*<sup>7</sup> et photographies de profil dans les médias sociaux ont multiplié par millions les fameuses secondes de célébrité proposées par l'artiste pop Andy Warhol. Tout le monde veut avoir le *look* parfait dans ses secondes de célébrité. L'idéal de beauté virtuel accompagne les usagers des réseaux sociaux en imposant sa marque de perfection à travers la panoplie de filtres numériques qui

---

<sup>6</sup> Jean-François Amadiou explique « On ne peut pas dire qu'une mère ou un père préférera un enfant plus beau que ses frères et sœurs, explique Jean-François Amadiou. En revanche, les études ont prouvé que les activités seront différentes selon que l'enfant est beau ou laid. Par exemple, une mère jouera beaucoup avec son nourrisson s'il est beau, tandis qu'elle focalisera sur les apprentissages s'il est disgracieux. Et parce qu'elle sait qu'il risque de se heurter, plus tard, aux regards des autres, elle s'en occupera plus. Il est d'ailleurs prouvé que ces enfants réussiront mieux à l'école que la moyenne. On peut ici parler d'un effet de compensation à la laideur. » *Les poids des apparences*, 2002.

<sup>7</sup> Voir [<https://newsroom.fb.com/news/2017/06/two-billion-people-coming-together-on-facebook/>] consulté le 18 août 2017

corrigent automatiquement les photos. Les petits défauts sont effacés, le naturel disparaît et le virtuel ressort.

Il serait possible de réfléchir longuement aux multiples emprises de l'idéal de la beauté contemporaine par l'entremise de l'usage des technologies du virtuel. Une thématique aussi riche suscite beaucoup de discussion. Pour notre part, comme il s'agit d'un essai en art visuel et numérique, la réponse au problème sera réalisée sous la forme d'un projet de recherche-crédation. Il convient toutefois, avant d'aborder le projet et sa méthodologie, de présenter un échantillonnage de projets artistiques contemporains incontournables qui ont abordé de front ce problème complexe. Ceci afin d'éclairer le lecteur sur la démarche artistique à la base de ce mémoire de recherche-crédation.

## **1.2 EXPLORATIONS CRITIQUES SUR LA THÉMATIQUE DE LA BEAUTÉ**

Dans le domaine des arts visuels, plusieurs artistes se sont déjà interrogés sur la tyrannie de la beauté et son influence sur la société ainsi que sa projection sur la manière dont les individus imaginent et perçoivent leur corps. Les œuvres de ces artistes constituent des références incontournables dans le champ de l'art contemporain. Il est nécessaire, afin de cadrer notre sujet, d'explorer et illustrer comment, par le biais du symbolique, il est possible de poser un regard critique sur la notion de beauté virtuelle.

### **1.2.1 ORLAN**

Dans son travail, l'artiste contemporaine française Orlan a toujours contesté les canons esthétiques assignés aux femmes. Précurseur de l'art charnel, elle a

décidé d'utiliser son corps comme médium pour poser un regard sur la transformation du corps féminin en objet.



Figure 1 : *Omniprésence* : Orlan, 1993

Lors de sa série de performances de 1990 à 1993, intitulé *Omniprésence* (figure 1), Orlan s'est fait enregistrer pendant des chirurgies esthétiques, où elle était anesthésiée, mais consciente, et dirigeait sa propre opération. Parfois elle lisait un livre du psychanalyste Eugénie Lemoine-Luccioni et d'autre fois elle posait pour des photos ou parlait à la caméra. À ce moment-là, Orlan s'est approprié un usage commun de la transformation du corps et a détourné la fonction de la chirurgie esthétique pour la transformer en un outil artistique de performance corporelle. Dans l'une de ses neuf séries de performances chirurgicales, Orlan s'est fait implanter des cornes sous-cutanées sur la tête,

modifier ses lèvres, pommettes, etc. À travers la modification de son propre corps, selon un autre idéal que celui qui est proposé par l'industrie de la chirurgie esthétique, elle questionne donc les standards esthétiques de la société et la relation sujet-corps.

La pertinence d'analyser l'artiste Orlan réside de surcroît dans tous les documents et enregistrements disponibles où elle présente sa démarche. En 2013, dans une entrevue au journal The Huffington Post, elle a commenté le statut de la beauté dans la société et ses chirurgies :

*I have been the first artist to use aesthetic surgery in another context — not to appear younger or better according to the designated pattern. I wanted to disrupt the standards of beauty.* (Orlan,2013)<sup>8</sup>

Aussi, dans la collection de livres *100,000 Years of beauty* Orlan a écrit :

*I had two small lumps implanted on my temples. They are like two erupting volcanoes that threaten the predominant notions governing female beauty, which gives my work a subjective and political meaning.* (Orlan,2009)<sup>9</sup>

C'est par l'analyse de l'œuvre de Orlan que l'auteure Brand (2013) a développé le concept de beauté virtuelle. À cet effet, elle a écrit : « I will argue in this essay that the virtual beauty that Orlan unfolds in her ongoing series *Self-Hybridizations* is not a real or actual beauty but rather a fake beauty [...] »<sup>10</sup>. Brand

---

<sup>8</sup> « J'ai été la première artiste à utilisé la chirurgie esthétique dans une autre contexte – ce n'était pas pour paraître plus jeune ou meilleure selon un standard déterminé. Je voulais perturber les normes de beauté » [Traduction libre de l'auteur]

<sup>9</sup> « J'ai eu deux petits morceaux implantés sur mes tempes. Ils sont comme deux volcans en éruption qui menacent les notions prédominantes qui régissent la beauté féminine, ce qui donne à mon travail une signification subjective et politique. » [Traduction libre de l'auteur]

<sup>10</sup> Voir le texte Weiser, Peg Zeglin Brand. "ORLAN Revisited: Disembodied Virtual Hybrid Beauty." (2013). p.308 Dans P.Z.Brand (dir.) Beauty Unlimited.



conceptualise la beauté virtuelle en suivant un raisonnement scientifique. Elle définit la beauté virtuelle comme une instance de la beauté réelle créée par un artiste à travers la reconfiguration d'informations numériques dans le cyberspace qui est destinée à un public qui vise à la reconnaître et l'apprécier. Cette conception est au cœur de cette recherche car, selon Brand, la beauté virtuelle est la beauté de la société du spectacle.

Orlan constitue donc, à ce sujet, une référence incontournable. Elle a effectivement amené un questionnement, et critiqué par cette métamorphose, l'idéal de beauté contemporaine, cette beauté virtuelle inatteignable. Elle a rompu l'image du corps parfait, disséminé par la société médiatique en détournant les pratiques de la chirurgie esthétique. Elle a ensuite poursuivi, dans sa série d'autoportraits modifiés, sa réflexion dans le monde numérique.

### **1.2.2 DAVID LACHAPELLE**

L'artiste américain contemporain David LaChapelle a aussi travaillé la question de la beauté, son pouvoir d'attraction et son adoration dans la société de consommation<sup>11</sup>. En suivant l'esprit d'Andy Warhol, il a réussi à trouver sa place dans le domaine de la mode. Il a exploré la thématique en respectant les conventions jusqu'en 2006, l'année où il a décidé de quitter le monde de la mode.

---

<sup>11</sup> Voir: [<http://davidlachapelle.com/about>], page consultée 22 août 2017.



Figure 2 : *Lonely Doll* : David LaChapelle, 1998

Maître de la composition photographique, l'œuvre de LaChapelle constitue à la fois un hommage à l'idéal de beauté et une dénonciation radicale des dérives d'une certaine dictature de l'esthétique superficielle. Dans son œuvre *Lonely Doll* (figure 2), une photographie représente une grosse femme nue reposant sur un champ d'herbe et recouverte par une boule transparente, comme si elle était une poupée dans un emballage. Le titre de son œuvre est très clair et énonce clairement l'intention de l'artiste car il représente une poupée isolée et rejetée par la société du corps parfait : une poupée toujours dans son emballage, inutile. Elle n'évoque aucun intérêt pour une société guidée par la culture de la santé parfaite et de la

performance esthétique. Elle est donc, au-delà de la marge, expulsée dans le néant, au milieu de nulle part.



Figure 3 : *Slavery IV* : David LaChapelle, 2003

Aussi, dans une autre œuvre, soit une série de photographies appelée *Slavery* (figure 3), David LaChapelle montre à sa façon le monde de la consommation du corps parfait. Les photographies exposent les corps d'hommes musclés et rasés au milieu d'une salle de musculation. Ils sont entourés des murs recouverts de photos et de publicités de gens qui s'entraînent. Quel est le lieu idéal pour bâtir un corps sain sinon la salle de musculation? Les miroirs sur les murs de la salle présentent des reflets multiples du narcissisme contemporain. Dans la photo intitulée *Slavery IV* par exemple, on y trouve une seule maigre femme en quête de sa beauté parfaite.

Elle est là pour s'entraîner et aussi pour devenir objet du *male gaze* (Mulvey, 1975)<sup>12</sup> parmi tous les hommes qui s'entraînent. Curieusement, tous les modèles de cette série sont noirs, ce qui apporte, dans une certaine mesure, un contraste avec l'idéal de la beauté contemporaine qui valorise souvent la peau blanche ou bronzée<sup>13</sup>. Peut-être cela représentait une critique de l'artiste car, après tout, on a hérité de cet idéal de beauté blanche du XVI<sup>ème</sup> siècle (Vigarello, 2004). On y trouve encore la relation entre le titre et l'intention de l'artiste. Les esclaves de la beauté sont toujours obligés de sculpter et travailler leur corps afin de se constituer en objets désirables.

Son œuvre renvoie à la critique du « bien-être », de l'esthétisation de la vie sociale et de l'ostentation régis par la consommation telle que définie par David Le Breton (2013). Cet idéal est diffusé par le *star system* des célébrités de l'actualité. Cette interprétation se confirme dans l'entrevue que LaChapelle a accordée à Anne-Sophie Jahn du site *Le Point*<sup>14</sup>. La journaliste lui demande si les mannequins de cire dans la série de photos *Still Life* sont l'expression de la perfection physique recherchée par la société. LaChapelle répond ensuite :

Oui, d'ailleurs les mannequins abîmés ou démodés sont stockés à l'abri des regards. Les gens qui travaillent dans ces musées parlent de "retraités". C'est exactement comme les gens qui ne servent plus dans notre société. Nous accordons trop d'importance à l'apparence. C'est même devenu un critère pour voter! Ces mannequins imparfaits

---

<sup>12</sup> Mulvey, L.(1975) *Visual pleasure and narrative cinema*. Oxford Journal

<sup>13</sup> "The preference for women with pale skin is also universal." écrit Jo Ellen Jacobs (2014) *The bronze age revisited : the aesthetics of sun tanning*. Dans P.Z.Brand (dir.) *Beauty Unlimited* (p.192-217) au citer l'anthropologue Peter Frost qui a réalisé une étude auprès 70 cultures différentes et lui a publié sur son livre *Fair women, dark men : the forgotten roots of color prejudice* (2005). Jacobs raconte que Frost a conclu que la peau claire est une préférence en chaque culture en chaque époque en chaque groupe ethnique, sauf la culture européenne et la culture caucasienne américaine des derniers 100 ans qui préfèrent les femmes avec la peau bronzée.

<sup>14</sup> Voir [http://www.lepoint.fr/culture/video-david-lachapelle-les-artistes-comme-michel-ange-ou-michael-jackson-sont-mes-prophetes-08-06-2013-1678599\_3.php#] consulté le 16 août 2017



et vieillissants nous confrontent à notre propre fragilité, à notre mortalité. (David LaChapelle, 2013)

En somme, en dialogue avec Orlan, celui qui échappe à l'idéal de beauté est frappé d'obsolescence programmée.

### 1.2.2 FERNANDA MAGALHÃES

Fernanda Magalhães est une artiste en arts visuels brésilienne et professeure à l'Université de l'État de Londrina. Son travail intitulé *A representação da mulher gorda nua na fotografia*, comportant une série de photographies/collages de 1995, nous présente des explorations autoportraits sur le tabou de la nudité du corps obèse. L'artiste, elle-même de bonne stature, utilise l'autoreprésentation afin de combattre les préjugés tout en illustrant, dans le cadre de son travail, les difficultés d'acceptation de son propre corps dans la société actuelle.

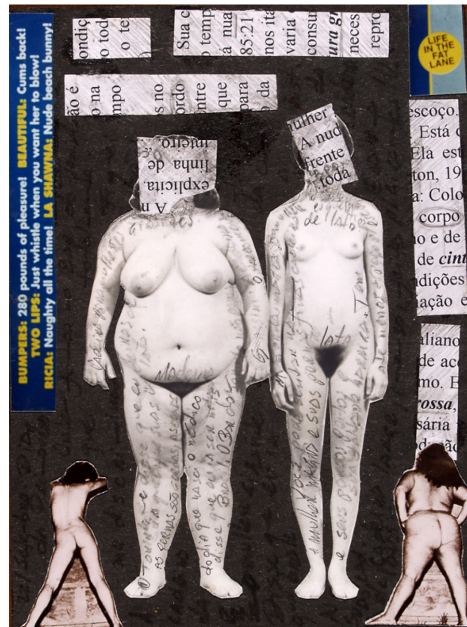


Figure 4 : *Gorda 3* : Fernanda Magalhães, 1995

Les œuvres sont intitulées par le nom *gorda*, mot en portugais qui signifie « grosse » et sont numérotées. Tel qu'illustré à la figure 4, *Gorda 3*, l'artiste Fernanda Magalhães s'est fait photographier debout, face à la caméra, puis elle a fait un collage avec la photo d'elle-même à côté d'une autre femme maigre, aussi photographiée dans la même position. Les têtes sont coupées et remplacées par des textes en portugais. Dans les coins inférieurs de l'image, il y a des photos plus petites de ces mêmes corps, mais cette fois-ci, prises par derrière, les jambes ouvertes et qui ont été mises du côté opposé des photos initiales. Les corps en gros plan sont aussi recouverts de phrases et mots en portugais qui font référence aux caractéristiques physiques du corps où ils sont placés. Entourant l'œuvre, on y trouve des extraits de textes en portugais et en anglais qui font, eux aussi, référence à la graisse corporelle et à l'idéal de beauté.

Ce travail met en lumière l'enjeu de la pression psychologique subie par les gens qui sont en désaccord avec l'idéal de beauté. Cette œuvre nous force à comparer les corps; en effet ils sont là pour qu'on puisse les comparer et les juger. Le corps maigre amplement accepté et désiré par la société, ainsi que le corps corpulent, rejeté et déprécié, symbolise un corps inesthétique et qu'on associe à une personne oisive et gloutonne. Aussi, les corps représentés sur les illustrations n'ont pas de tête. L'artiste fait référence à l'idéal de beauté qui tend à effacer les identités. À ce sujet, l'artiste parle de sa démarche dans une entrevue à une émission au Brésil :

*A minha proposta era mostrar esse corpo como ele é na realidade, sem nenhuma maquiagem, sem nenhum retoque né! Os photoshops da vida.*<sup>15</sup> (Fernanda Magalhães, 2012)

---

<sup>15</sup> « Ma proposition était de montrer un corps normal, tel qu'il est en réalité, sans aucun maquillage, sans aucune retouche. Les photoshops de la vie. » [Traduction libre de l'auteur]

Dans son travail, Fernanda a exploré le sentiment d'inadéquation avec l'idéal de beauté de la société de consommation à travers la création de multiples œuvres. En fait, elle a utilisé l'art d'une façon presque thérapeutique tout en nous proposant une réflexion sur la répulsion de l'obésité dans les médias de communication de masse.

*Claro todos nós temos problemas com os nossos corpos. As mulheres gordas e as magras também, né? Porque essa coisa da ditadura do corpo atinge todo mundo. E aí o corpo proposto, o corpo ideal é um corpo que não existe.*<sup>16</sup> (Fernanda Magalhães, 2012)

En résumé, les artistes cités dans ce présent travail (Fernanda Magalhães, David LaChapelle et Orlan) ont tous porté un regard critique, par le biais d'images et de stratégies de détournement, quant aux effets pervers qu'a l'idéal de beauté sur l'individu contemporain. Des œuvres riches qui proposent une vision engagée dans une société gouvernée par l'œil où l'apparence est un capital personnel (Dortier, 2008).

Cela dit, il faut remarquer que la quête de la beauté a toujours exercé une pression démesurée sur l'individu. Ce sont les moyens qui changent. Les créations médiatiques des artistes ne visent qu'à provoquer, avec les outils du monde contemporain, des prises de conscience. Ils visent à mettre en lumière la brutalité des phénomènes par le biais de la création d'œuvres et d'images dérangeantes.

---

<sup>16</sup> « Bien sûr nous avons tous des problèmes avec nos corps. Les grosses femmes et aussi les maigres. Parce que ce truc de la dictature du corps affecte tout le monde. Donc, le corps proposé, le corps idéal c'est un corps qui n'existe pas. » [Traduction libre de l'auteur]

### 1.2.3 SYNTHÈSE DE L'ANALYSE DES OEUVRES

Ces exemples montrent comment, par le détournement de technologies (Orlan), la mise en scène de l'image (Lachapelle) et l'exposition d'un problème par le biais de l'autoreprésentation photographique (Magalhães), les artistes utilisent les technologies de l'image afin de mettre en relief une certaine réalité médiatique. C'est en suivant des stratégies similaires mais en utilisant les technologies de la réalité virtuelle que le projet *Hypermodèles* a été imaginé.

Par conséquent, afin d'étudier de possibles solutions à cette problématique je propose la création d'un design d'expérience basé sur un environnement artistique. Dans ce contexte, il s'agit de déterminer comment interroger le concept de beauté virtuelle dans le monde contemporain par l'entremise de l'usage des technologies numériques, plus particulièrement des outils logiciels conçus pour la création d'expériences de la réalité virtuelle. Par conséquent, la question de recherche est la suivante :

*Comment concevoir une expérience basée sur un environnement artistique transmédia permettant de poser un regard critique sur l'emprise de l'idéal de beauté virtuelle médiatique sur l'individu?*

Afin de répondre à cette question, il est nécessaire de répondre à trois objectifs soit : (1) développer de nouveaux outils conceptuels de recherche-crédation permettant de concevoir des projets d'exposition transmédiatiques; (2) mettre en place une méthode pratique qui permet de conjuguer les objets conceptuels en relation avec le développement des nouvelles technologies; et (3) concevoir une exposition se présentant sous la forme d'un environnement artistique complexe réunissant à la fois des créations concrètes et des concepts.



## **CHAPITRE 2**

### **MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE-CRÉATION**

#### **2.1 L'APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE DU JOURNAL DE BORD**

Adoptant une perspective transmédia spécifique au domaine des arts numériques, il s'agit d'explorer l'idéal de beauté en observant les effets de transposition de la thématique sur plusieurs supports. La méthodologie fonctionnera par la conception de multiples prototypes et formes d'idéations. Ainsi, l'exposition sera concrètement constituée de plusieurs œuvres qui transmettront le message en touchant différents médias. Un journal de bord servira comme recueil principal des données de la création et accompagnera le présent essai. Celui-ci explorera la thématique de la tyrannie de la beauté sous la forme d'installations interactives, d'animations, de dessins, de sculptures, qui serviront de base pour la création de l'exposition virtuelle.

Par une approche autoethnographique (Ellis, Adams et Bochner, 2011), le journal de bord est un outil de pratique réflexive (Schon, 1983). L'analyse du journal vise à capter les moments de sauts créatifs (Cross, 2006) afin de mieux exposer les logiques complexes de la recherche-crédation.

Par l'observation des déroulements de la transposition de la thématique en plusieurs expériences (en relation avec les trois concepts baliseurs du cadre conceptuel : la narrativité transmédia, l'environnement artistique et le design d'expérience), cette recherche vise à mettre en lumière une méthodologie de conception adaptée à la conception transmédiatique en art numérique. L'objectif global est de développer une méthodologie de création transmédia permettant, en

suivant un même *modus operandi*, d'être utilisée pour la création, peu importe la thématique choisie.

Finalement, le terrain de ce mémoire consiste en l'espace de conception du projet. Les données permettant de saisir le processus de conception sont recueillies et exposées dans ce mémoire en relation avec le journal de bord. La présentation des résultats se fait sous la forme de la création d'un prototype d'expérience dans un environnement artistique. Cet environnement artistique, c'est à dire l'exposition *Hypermodèles*, émerge du type d'œuvres choisies, les limites de configuration de l'espace, l'immersion nécessaire à sa lecture, son degré de complexité et la transmission de l'intention de l'artiste par mise en forme de l'expérience.

## **2.2 MODÈLE DE LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE-CRÉATION**

Proposée comme un des objectifs de cette recherche, la méthodologie de création a été développée à partir de l'observation de deux espaces réflexifs soit : (1) l'analyse de connaissances et d'expériences acquises antérieurement en tant qu'artiste; (2) l'expérience acquise dans le cadre cette recherche. Cette méthodologie de recherche-crédation vise à mieux comprendre la pratique transmédia. Le journal de bord se présente comme outil de conception pour la création et la conceptualisation d'œuvres transmédiass.

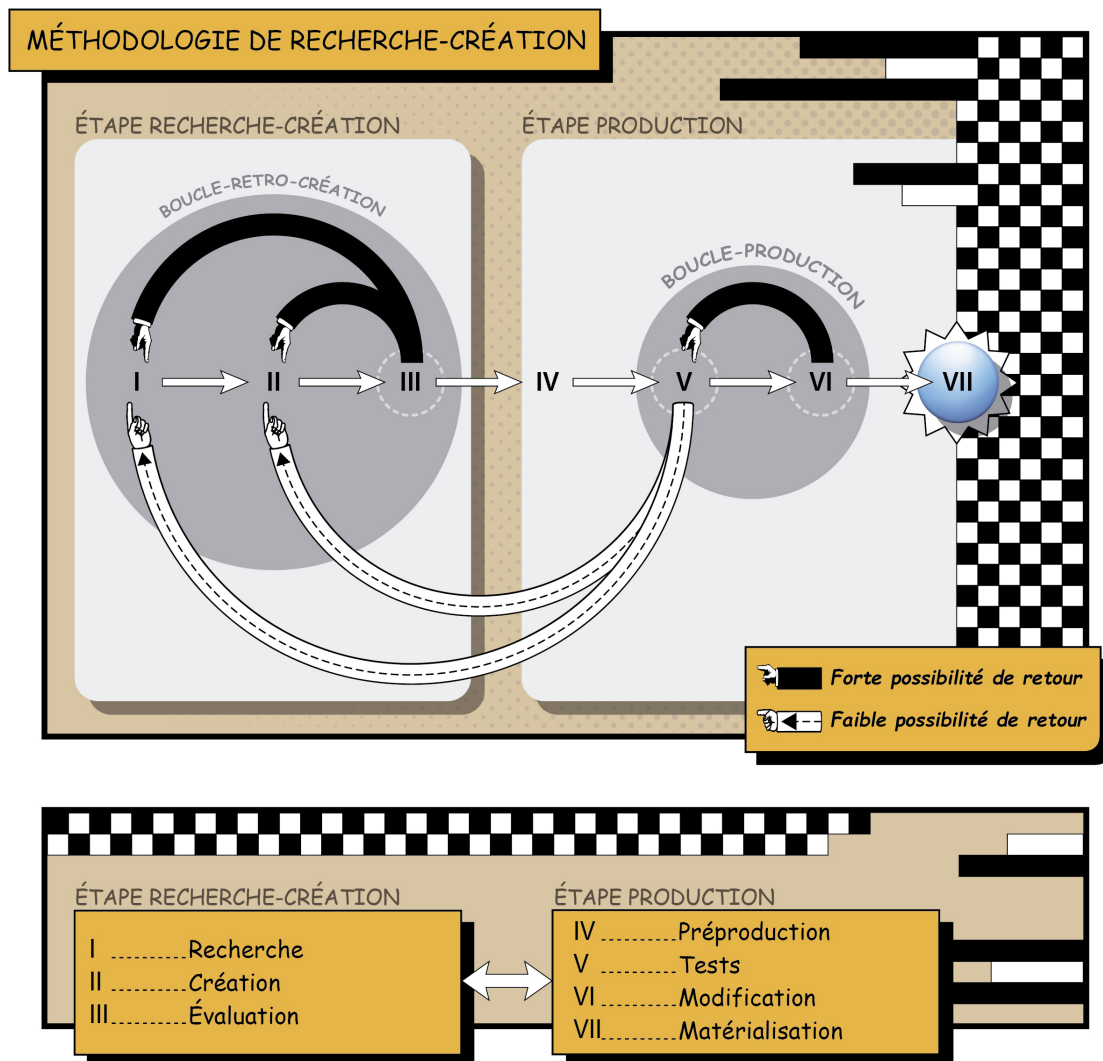


Figure 5 : *Schéma Méthodologique* : Bráulio de Lima, 2017

La méthodologie est divisée en sept phases séparées en deux étapes : l'étape de recherche-crédation et l'étape de production (figure 5). La recherche-crédation est divisée en trois phases : recherche (I), création (II), évaluation (III).

Le processus débute par la collecte d'informations et de données sur la thématique à explorer. Les données recueillies sont constituées d'un mélange hybride de lectures de textes et de livres, par le souvenir d'expériences vécues par l'artiste et d'observations personnelles. Celles-ci émergent, en tout temps, à travers

des discussions avec des amis ou des collègues de travail. Au-delà de la recherche textuelle, nous effectuons aussi une recherche visuelle d'images pertinentes, d'œuvres de référence et d'exemples de styles visuels (*moodboard*). On profite de la phase de collecte pour récolter des informations techniques sur le média à utiliser; on se renseigne sur une nouvelle technique, un nouveau matériel ou nouvelle technologie et sur ses possibilités créatives. Cette phase s'avère très importante car c'est sur la base d'idées et d'informations collectées en rapport direct avec l'intention de l'artiste que les divers concepts seront développés. Lors de la collecte, la technologie informe la dimension créative et *vice versa*.

La sélection des informations pertinentes est faite par l'artiste-concepteur qui les analyse selon ses intentions et sa prise de position par rapport au thème abordé. C'est lui qui va déterminer l'utilité d'une donnée et la limite des informations recueillies. Ensuite, il va sélectionner et noter les données pertinentes de la façon qu'il juge la plus convenable, soit un journal de bord, des notes détachées, des fiches de lecture, des photographies, des fichiers électroniques, etc.

Après la phase de recherche et la collecte de données, on amorce la phase de création (II). Dans cette phase, l'artiste commence à faire les croquis, les esquisses; il dessine les brouillons de ses idées. Il laisse sortir la créativité fécondée par la matière de la recherche qu'il a menée afin de commencer à développer la prévisualisation de ses idées dans son journal de bord. C'est à lui encore de faire un triage des concepts et des idées en relation avec la thématique et la prévisualisation de son intention artistique. Fort important, le message à transmettre est formulé en relation avec les spécificités du médium. L'œuvre doit émerger des caractéristiques intrinsèques de ce média afin que celui-ci porte le message que l'artiste désire transmettre.

La phase suivante est l'évaluation (III). À ce niveau, l'artiste a déjà une bonne idée de l'œuvre qu'il veut créer. Le concept de l'œuvre est alors exposé à l'influence extérieure. Cette ouverture sert à apporter d'autres regards à la création et permet à l'artiste de sortir de sa bulle créative. L'artiste discute avec des amis et avec ses pairs. Il doit raconter, présenter, montrer ses créations et ses intentions à un ou des évaluateurs externes. À travers l'interférence externe, l'artiste peut avoir des pistes sur de possibles contournements, des regards sur d'autres possibilités d'interprétation, et il peut même se renseigner sur de possibles contraintes techniques qu'il méconnaissait, cela dépendamment de l'expérience et expertise des pairs-évaluateurs. Cette phase est importante car l'évaluation à travers l'exposition externe offre une rétroaction immédiate sur la réception de l'œuvre par rapport aux intentions de l'artiste. À la suite de l'évaluation, l'artiste peut choisir de retourner à la phase de recherche, à la phase de création ou encore continuer à la prochaine étape, soit l'étape de production. Cela dépend de son analyse et du contexte. S'il reprend le processus, le modèle devient alors circulaire. Ce que j'appelle la boucle-rétro-crétion. Tel qu'illustré à la figure 5, la phase III peut renvoyer à la phase II ou à la phase I de la méthodologie, selon le contexte.

Une fois que la troisième phase de validation est complétée et si l'on n'a pas besoin de reprendre des phases, on entre dans l'étape de production. Celle-ci est composée de la phase de préproduction, de la phase de tests, de la phase de modification et de la dernière phase, soit la matérialisation. C'est à cette dernière étape que l'œuvre sera accomplie. À la première phase de préproduction (VI), l'œuvre est déjà conceptualisée et évaluée. L'artiste commence donc à réaliser l'œuvre plus concrètement, selon le média choisi, en accord avec ses compétences et en utilisant sa palette d'outils technologiques. Il peut également déléguer cette

tâche à des assistants ou d'autres professionnels car il arrive parfois que le concepteur ne maîtrise pas tous les outils nécessaires à la création de son œuvre. L'œuvre commence à prendre forme et est préparé pour la prochaine phase de tests.

La phase de tests (V) est la phase plus critique de l'étape de production car c'est lors de cette phase que le concepteur peut évaluer le développement de ses idées. Il a l'opportunité d'observer la gestation de son œuvre, analyser son comportement et apporter quelques améliorations. Il sélectionne les idées qui seront explorées davantage et écarte les idées superflues. Il analyse aussi l'application de la technologie et observe les contraintes amenées par le média choisi.

Ensuite, le processus passe à la phase de modification (VI). Comme son nom l'indique, cette phase sert à modifier et adapter la création selon les observations faites dans la phase de tests. Il s'agit d'une période d'approfondissement et de perfectionnement de l'œuvre.

À ce moment le processus ressemble à la boucle-rétro-crétion. Celle-ci est nommée boucle-production. À la différence de la boucle-rétro-crétion, la boucle-production n'est réduite qu'à une seule phase. On adapte la création suite aux tests puis on revient à des nouveaux tests, puis on l'adapte encore. Le concepteur reste dans cette boucle jusqu'à ce que le délai impose une mise au point du processus.

Toutefois, la phase de tests (V) inscrit dans la boucle-production peut déclencher elle aussi un retour dans le processus de création. Lors de l'évaluation du résultat d'un test, on peut constater la nécessité de retourner à l'étape précédente de recherche-crétion. Bref, la phase V peut nous mener soit à la phase I de la recherche, ou à la phase II de la création. Parfois, l'artiste n'est pas

satisfait du résultat obtenu et décide de revenir en arrière pour effectuer d'autres recherches ou changer le concept de l'œuvre. Cela ne témoigne pas d'un échec, mais seulement d'un environnement nouveau transformé par l'apparition d'une nouvelle matière à explorer. Malheureusement, l'artiste ne peut pas tout prévoir dans son processus créatif. Plus les médias et les outils sont nouveaux, plus il y a de chances de rencontrer des situations imprévisibles. Cela peut encore mener à de nouvelles découvertes ou à des possibilités qui échappaient au regard de l'artiste. Il doit parfois recréer l'œuvre ou effectuer de nouvelles recherches.

La principale caractéristique de la méthodologie, c'est son caractère non linéaire et la relative autonomie de l'artiste.

Autrement dit, étant satisfait du résultat après la phase de modification (VI), on arrive à la dernière phase, celle de la matérialisation (VII), c'est-à-dire la phase où la création est réalisée dans tout son potentiel; que ce soit dans une galerie, dans un parc, dans un festival ou dans le domaine numérique. La matérialisation d'une œuvre la prépare pour la consommation publique. L'artiste cherche donc à adapter le contenu de son projet aux contraintes du lieu de diffusion de la façon la plus fidèle possible. L'ouvrage est ainsi prêt à devenir une expérience esthétique.

Il serait convenable et idéal de suivre cette méthodologie de recherche-crédation exactement comme je vous la présente mais le processus créatif de l'artiste n'est pas hermétique, linéaire et cartésien (Bruneau et Villeneuve, 2007). Il est organique. Lorsque survient un saut créatif, lorsqu'une inspiration arrive, il est nécessaire de trouver inévitablement une façon de la sauvegarder au risque de la perdre dans la prolifération des idées. Alors, la méthodologie doit, elle aussi, permettre une certaine flexibilité dans la succession des phases. Cela dit, quand l'artiste est encore à la phase de recherche (I), s'il en a besoin, il peut se déplacer

vers la phase de création (II) pour noter ou dessiner l'idée. Ensuite, il revient à la phase de recherche. Pour mieux profiter de la force créative et de cette méthodologie, l'artiste doit être prêt à se déplacer parmi toutes les phases.

Cette méthodologie de recherche-crédation se présente comme un guide pratique pour la création d'œuvres transmédias. Elle constitue une synthèse de mes expérimentations en art et design, à la fois au niveau artistique et industriel.

Ci-dessus, j'ai parlé d'une méthodologie de recherche-crédation; celle-ci a émergé à partir de la conception et la conceptualisation de multiples projets artistiques. Il est maintenant nécessaire de mentionner l'outil réflexif principal qui a permis de concevoir la méthodologie de recherche-crédation : le journal de bord.

## **2.3 LE JOURNAL DE BORD**

Malgré la panoplie de technologies disponibles pour réaliser un journal de bord entièrement numérique, j'ai opté pour la conception d'un journal créé intégralement analogiquement, c'est-à-dire un objet physique dessiné de manière traditionnelle. L'objectif de cette approche réside dans l'intention de conserver une immédiateté dans la transcription de l'idée. Il s'agit de libérer le processus de conception afin que celui-ci puisse s'exercer rapidement peu importe le contexte. Il contient les ébauches, le développement du processus et les brouillons d'idées acceptées et rejetées. De plus, le journal est aussi une œuvre en soi, car dans une recherche en création « il n'existe pas de séparation fondamentale entre la théorie et la pratique, puisque la recherche dans le domaine de l'art vise à rendre visible une partie de la théorie en l'incorporant autant au sein du processus de création que dans l'objet d'art devenu un des résultats de la recherche » (Laurier et Lavoie, 2013, p. 298).



Qui plus est, ce journal de bord est une œuvre d'art en soi car il permet d'enregistrer les étapes ma démarche de création. J'ai réalisé les matériaux de cette recherche avec des croquis, sur de multiples feuilles, des bouts de papiers et des notes de lecture éparpillés. Au moment de créer le journal de bord, j'étais hanté par des préoccupations d'ordre esthétique, comme la composition du dessin, la couleur, sa disposition sur la page, le matériau utilisé, c'est-à-dire le design du journal. Les dessins sont traités comme des illustrations dans un livre; ils ne sont pas des brouillons désorganisés placés au hasard sur la page. Même l'ordre des pages du journal n'est pas au hasard. Au début, j'avais l'intention de les placer n'importe où, mais avec l'avancement de cette recherche, j'étais tellement subjugué par l'idée d'un journal de bord « objet d'art » que j'ai commencé à bien choisir l'emplacement des dessins. Il vaut mieux suivre le précepte de Brand (2014, p. 333), selon lequel « artistic choices are dictated by aesthetic concerns [...] ». Ce journal de bord, j'ai ainsi décidé d'en faire à la fois un livre d'artiste, un outil méthodologique et un *artefact* d'exposition.

Ce journal de bord contient donc des idées déjà sélectionnées qui ont traversé le filtre esthétique et conceptuel d'une démarche de pratique réflexive (Schon, 1983). Les organisations formelle et conceptuelle des idées ont déjà été, dans une grande majorité, longuement interrogées.

En résumé, nous avons donc une méthodologie de recherche-crédation permettant de saisir, à travers l'analyse d'un journal de bord, une certaine logique de conception. Dans le cadre de notre méthodologie, le journal de bord se concentre principalement sur le processus de matérialisation de l'idée. Globalement, il s'agit de mieux visualiser le dialogue complexe entre mes intentions de concepteur, les possibilités expressives des technologies et la création d'une expérience interactive

permettant à des spectateurs, d'explorer un sujet donné par l'intermédiaire d'environnements artistiques virtuels. Avant de poursuivre, il s'avère donc nécessaire de bien définir les concepts essentiels qui ont guidé le processus de conception.

## CHAPITRE 3

### CADRE CONCEPTUEL D'ANALYSE

Comme ce projet repose sur la conception d'une exposition, il est nécessaire de définir trois concepts essentiels soit la notion de narrativité transmédia, l'environnement artistique et le design d'expérience. Il faut voir ces trois concepts comme étant trois perspectives d'une même réalité. Par exemple, le design de l'expérience est influencé par l'usage de différents médias. L'environnement artistique consiste en l'espace virtuel, c'est-à-dire le moyen par lequel se construit la narrativité transmédia qui elle se matérialise sous la forme de multiples environnements narratifs.

#### 3.1 LA NARRATIVITÉ TRANSMÉDIA

Lorsqu'il est question de médias, il est difficile de trouver des termes adéquats tant il existe de variations et d'approches différentes. On parlera alors de multimédia (Packer & Jordan, 2002), de transmédia, et de *spreadable medias* (Giovagnoli, 2011; Jenkins, 2013), de remédiation (Bolter, 1999) et d'intermédia (Ryan 2010).

Pour notre part, nous utilisons la conception de la narrativité transmédia telle que proposé par l'auteur Max Giovagnoli (2011). Dans sa conception du terme, cet auteur établit notamment une distinction entre les formes narratives, qui ne changent pas quand elles sont diffusées sur les diverses plateformes, et les formes narratives qui pour leur part changent en fonction de la plateforme de diffusion. Dans cette recherche je m'attarde aux formes narratives qui changent car dans la proposition finale de cette étude, je cherche à produire une exposition qui raconte

une histoire et qui transmet des idées à travers la création de multiples œuvres et médias.

La narrativité transmédia s'interroge sur la manière de raconter une histoire en explorant et en élargissant son univers à travers la transposition d'une même histoire sur de multiples supports informationnels. Selon l'approche des médias qui changent, on utilise la spécificité de chaque média pour apporter de nouvelles informations au spectateur et enrichir son expérience. Il est à noter que cette forme narrative implique toujours une participation active du spectateur car l'histoire se diffuse sur de multiples supports. En explorant l'histoire sur différents médias où se passe l'histoire, il doit être actif dans la construction du récit. Mais selon Christy-Dena (Giovagnoli, 2011, p. 133), cet aspect ouvre la porte à l'une des principales caractéristiques du transmédia qui est l'effet cumulatif de la profondeur dans le temps et dans l'espace. En explorant les expériences, le spectateur élargit sa compréhension de l'univers de l'histoire.

La narrativité transmédia se décline habituellement sur les médias tels que les films, les web-séries, les bandes dessinées, les feuilletons, les campagnes de *marketing* virales, etc. Elle repose généralement sur des produits et surproduits du domaine de l'audiovisuel et communication. Toutefois, à l'exemple d'Orlan qui se définit artiste transmédia œuvrant dans les arts numériques, il s'agit de transmettre des messages, des problématiques distribuées entre des œuvres, des installations et des environnements immersifs, ceci afin de créer un univers pluri-artistique (Popper, 1975).

Comme dernier point, je mets l'accent sur les dimensions créatives de la narrativité transmédia car selon Giovagnoli (2011, p. 67) « Creating transmedia

products means, above all, dealing with the creation of imaginative universes. »<sup>17</sup>.

En ce sens, le présent projet de recherche traite des multiples formes de transmission de l'information qui composent l'univers créatif du projet d'exposition *Hypermodèles*. L'espace transmédia est le moyen par lequel transite les dimensions narratives de l'exposition.

### 3.2 L'ENVIRONNEMENT ARTISTIQUE

Par le terme environnement, Frank Popper (1975, p. 13) entend que « l'environnement (au sens plus large) sera considéré ici comme le lieu de rencontre privilégié des faits physiques et psychologiques qui animent notre univers », alors que selon le dictionnaire Larousse en ligne, le terme environnement « en art, est une œuvre constituée d'éléments assemblés quelconques, disposés dans un espace que l'on peut parcourir. (Mode d'expression usité dans le surréalisme, le nouveau réalisme, l'art cinétique, l'art pauvre, le *land art*, voire l'art corporel, l'art vidéo, etc.) ». <sup>18</sup>

Afin de délimiter les contours théoriques du concept d'environnement artistique, Popper (1975) a opposé le concept avec ce qu'il a défini comme étant l'environnement statique. Il s'agit de l'environnement qui se manifeste avec toutes les contraintes issues de l'urbanisme sous la préoccupation d'élaborer, de transformer et de réaliser des structures architecturales et urbaines qui répondent à nos exigences esthétiques et fonctionnelles.

---

<sup>17</sup> « Créer des produits transmédiés signifie, avant tout, traiter de la création des univers imaginatifs. » [Traduction libre de l'auteur].

<sup>18</sup>Voir

[<http://larousse.fr/dictionnaires/francais/environnement/30155?q=environnement#30067>]  
consulté le 16 août 2017

À l'opposé de l'environnement statique, l'environnement artistique définit un espace plastique créé avec des intentions symboliques ou métaphysiques qui impliquent le spectateur dans une opération esthétique<sup>19</sup>. L'environnement artistique est issu de l'imagination de l'artiste ou d'un collectif d'artistes; il émerge de l'environnement statique et constitue une nouvelle réalité. Les règles de l'environnement statique sont détournées et un nouvel environnement apparaît.

L'intérêt pour le terme d'environnement artistique a commencé vers les années 60 avec la naissance de l'art d'environnement et les arts cinétiques (Popper, 1975). Récemment, l'application du concept a pris une seconde vie avec l'apparition et la démocratisation des technologies de la vidéo projection, des écrans LED et des senseurs de toutes sortes. L'usage de l'ordinateur pour l'art a rendu possible la prolifération et le rayonnement d'œuvres utilisant les nouvelles possibilités des outils du numérique. À Montréal par exemple, l'entreprise *Moment Factory* s'est spécialisée en création d'environnements artistiques tels que dans les œuvres *Forest Lumina*, *Nova Lumia* et *Aura*<sup>20</sup>.

En conclusion, l'intention de l'environnement artistique est d'inviter le spectateur à participer à l'œuvre à travers la construction d'une expérience esthétique totale (Schaeffer, 2015). C'est sur ce fondement conceptuel que repose la proposition de cette recherche, c'est à dire la création d'un projet d'exposition transformé en environnement artistique virtuel. À la différence de la définition de Popper, l'environnement statique disparaît complètement au profit d'un environnement artistique immatériel, virtuel et dématérialisé. Il faut toutefois

---

<sup>19</sup> Voir dans Popper (1975) *Le déclin de l'objet : art, action, participation*. Paris, Éditions du Chêne. p. 15.

<sup>20</sup> Voir [<http://momentfactory.com/work>] consulté le 10 août 2017

souligner que celui-ci constitue une première étape qui pourrait mener à une phase de matérialisation du concept sous la forme d'un environnement artistique réel.

### **3.3 LE DESIGN D'EXPÉRIENCE**

Avant d'aborder le concept de design d'expérience il faut d'abord brièvement aborder la spécificité du concept d'expérience. Dewey définit l'expérience normale comme la relation existante entre l'être vivant et son environnement. Nous sommes toujours en train d'équilibrer notre existence avec l'environnement, et c'est ce rapport qui génère l'expérience.

Le tracé du schéma commun est déterminé par le fait que toute expérience est le résultat de l'interaction entre un être vivant et un aspect quelconque du monde dans lequel il vit. (Dewey, 2010, p. 94)

Donc, l'ensemble des interactions de notre corps avec l'environnement physique génère une expérience. Par exemple, le fait de déplacer une chaise dans une salle amène une expérience chez l'acteur qui effectue l'action. Également, regarder une feuille qui tombe d'un arbre est aussi un exemple d'une expérience normale. Dans ce cas, nos yeux établissent une relation avec l'environnement au moment où ils s'adaptent à la lumière reflétée par la feuille qui se déplace dans l'air.

Dans le domaine des expériences, nous avons aussi celles qui sont esthétiques. Elles sont différentes des expériences régulières car elles permettent au spectateur d'avoir des interactions et relations avec l'environnement au-delà du rapport physique existentiel d'une expérience ordinaire. Ces sont des expériences qui procurent chez le spectateur des émotions, suscitent des souvenirs et changent fortement sa relation avec l'environnement (Schaeffer, 2015; Dewey, 2010). Les expériences esthétiques peuvent être générées à partir d'une expérience ordinaire.

Dans l'exemple ci-dessus, quand une personne regarde la feuille qui tombe, elle peut expérimenter aussi des sensations évoquées par cette expérience que lui procure des souvenirs ou des sentiments particuliers. La personne peut donc avoir une expérience qui dépasse l'ordinaire. Parfois, l'expérience dépasse sa capacité de compréhension et elle est difficile à verbaliser.

L'expérience (esthétique), lorsqu'elle atteint le degré auquel elle est véritablement expérience, est une forme de vitalité plus intense. Au lieu de signifier l'enfermement dans nos propres sentiments et sensations, elle signifie un commerce actif et alerte avec le monde. (Dewey, 2010)

L'expérience esthétique a un caractère personnel et unique. Deux personnes ne peuvent pas avoir la même expérience et la condition la plus importante pour avoir une expérience est la prédisposition du spectateur (Schaeffer, 2015). S'il n'y a pas de volonté, il n'y a pas d'expérience.

Le design d'expérience traite de la création, du développement d'une expérience esthétique destinée à un usager potentiel. Dans le domaine de l'interaction humain-ordinateur (*human-computer interaction*) et dans le domaine du design de produit, le design d'expérience est le design centré sur l'utilisateur (*human-centred design*), où le produit est développé en observant les besoins et les capacités de l'utilisateur pour lui offrir la meilleure expérience possible avec le produit (Norman, 2013).

Hassenzahl (2011) définit le design d'expérience sous la forme d'une interaction axée sur une expérience significative, valable et esthétiquement agréable centrée sur les récits significatifs de l'utilisateur. On se préoccupe de l'expérience vécue par l'utilisateur. Serait-elle bonne ou mauvaise? On se préoccupe de la rendre la



plus significative possible. Souvent, dans la méthodologie utilisée pour créer des produits en appliquant ce concept, on administre des questionnaires qui aident à déterminer le concept du produit (Norman, 2013). Dans le cas spécifique de cette recherche, je me concentre sur la manière de planifier et de fabriquer une expérience esthétique. En tant que praticien, j'utilise la méthodologie précédemment énoncée afin de mieux comprendre le processus par lequel un concepteur ou designer met en forme une expérience esthétique pour un public donné. Le prochain chapitre présentera le projet par lequel ce processus a été noté et analysé.

Mon approche de l'expérience se base principalement sur la conception de l'artiste David Rokeby. Dans son article « The construction of experience : interface as content », fréquemment cité sur le sujet, il écrit :

*We're always looking for better input devices and better sensors to improve the interactive experience. But we also need to improve our own sensors, perceptions and conceptual models so we can be responsive to the broader implications of our work. (Rokeby, 1998)*

Cette citation permet de relier l'ensemble de la démarche, tant au niveau de l'approche méthodologique (*improve our own sensors, perception and conceptual models*) que de la relation entre les termes définis dans le cadre de ce chapitre. Le projet concrétisé, qui sera présenté au cours des prochaines lignes, se présente sous la forme d'un environnement artistique transmédia. À l'intérieur de cet espace virtuel, nous avons déterminé une méthodologie de production dans le domaine du design expérientiel en art numérique.

## CHAPITRE 4

### L'EXPOSITION DE RÉALITÉ VIRTUELLE *HYPERMODÈLES*

#### 4.1 LE TITRE DE L'EXPOSITION : *HYPERMODÈLES*

Le terme « modèle » du titre renvoie à un idéal servant de référence à quelque chose<sup>21</sup>. Ce concept s'associe directement à l'idéal de beauté qui constitue la thématique de cette exposition. Le même terme constitue un détournement de la figure du modèle de l'industrie de la mode. Il désigne aussi la personne qui possède les caractéristiques et qualités corporelles parfaites pour exhiber les vêtements et accessoires de stylistes, coiffeurs, maquilleurs et de marques. Le modèle établit une relation directe avec le « bien-paraître » (Le Breton, 2013).

Ensuite, le préfixe super a été ajouté, ce qui a formé le mot super-modèle. Le concept de super-modèle est né dans la culture populaire des années 80. Ceux-ci sont des mannequins<sup>22</sup> de la haute-couture qui possèdent une réputation internationale exceptionnelle et sont souvent parmi les mieux payés au monde<sup>23</sup>. Quand un mannequin atteint le statut de super-modèle, cela signifie que la société de consommation l'a élu comme l'expression maximale de l'idéal de beauté et toutes les marques du capitalisme esthétique veulent s'y associer. Le super-modèle devient donc le symbole de la perfection, de la santé parfaite, de la beauté maximale et du succès.

---

<sup>21</sup>Voir

[<http://larousse.fr/dictionnaires/francais/mod%c3%a8le/51916?q=mod%c3%a8le#51793>]  
consulté le 10 août 2017

<sup>22</sup> « La profusion de l'image, la culture généralisée du magazine, ont imposé un autre personnage encore dont la qualité première est celle des lignes épanouies dans la photogénie : le mannequin. « Beauté marchandise », sinon « beauté publicitaire », substituée à celle plus tourmentée de la star, le mannequin a systématisé le principe d'un corps de « papier glacé » Vigarello, 2004, p. 228.

<sup>23</sup> Voir [<https://en.wikipedia.org/wiki/Supermodel>] consulté le 16 août 2017

Si le super-modèle représente un idéal de beauté, il ne reflète pas nécessairement l'idéal de beauté virtuelle contemporaine. J'ai ainsi été confronté à la nécessité de chercher un terme plus représentatif, ce qui m'a mené à concevoir un néologisme.

Selon le dictionnaire Larousse en ligne, hyper est un « préfixe, du grec *huper*, indiquant une position supérieure dans l'espace, une intensité ou une propriété supérieure à la normale »<sup>24</sup>. Parmi les mots qui utilisent ce préfixe, on trouve le concept d'hypertexte qui est nettement lié à l'informatique où un texte numérique possède un lien pour nous amener à, ou de nous apporter une nouvelle information au-delà de l'originale. George Landow et Paul Delany (1991) le définissent comme « the use of computer to transcend the linear, bounded and fixed qualities of the traditional written text. » On y trouve aussi le mot hyperréalisme qui définit un mouvement artistique né à la fin des années 1960, où la réalité reproduite est exagérée avec beaucoup plus de détails, souvent dépassant la perception réelle ou celle de la photographie<sup>25</sup>.

Alors, à travers l'appropriation, le mélange et la réinterprétation de ces concepts, le titre de ce concept d'exposition est né. *Hypermodèle* est un modèle qui extrapole, qui va au-delà, il n'est pas comme le super-modèle, représentation optimale de l'idéal de beauté. L'*hypermodèle* représente la beauté supraréelle, extra-parfaite et virtuelle, il est la représentation supra-maximale de la beauté contemporaine inatteignable et irréelle. Tout comme le super-modèle dépasse le modèle, l'*hypermodèle* à son tour dépasse le super-modèle.

---

<sup>24</sup> Voir [<http://larousse.fr/dictionnaires/francais/hyper-/40980?q=hyper#40886>] consulté le 16 août 2017

<sup>25</sup> Voir Souriau (2015) *Vocabulaire d'esthétique*. Paris. Puf, p. 884.

## 4.2 LE PROJET D'ENVIRONNEMENT ARTISTIQUE

Selon Popper (1975), l'organisation des éléments d'un environnement artistique est caractérisée par la transmission d'une intention. L'ensemble des éléments architecturaux participe à la thématique globale de l'exposition. L'artiste ou le concepteur, dans ce contexte, n'imagine pas uniquement une œuvre mais une ambiance, un contexte, un parcours et une structure physique au sein duquel les *artefacts* prennent places. L'environnement artistique est l'œuvre en elle-même.

J'ai débuté ce projet par la conception d'une exposition physique (annexe 1, annexe 2) dans mon journal de bord (annexe 3) mais avec l'avancement de la recherche. À cause de contraintes de temps, budgétaires et grâce aux nouvelles opportunités qui se sont présentées, j'ai décidé de créer une exposition entièrement virtuelle. Le résultat final de cette recherche se concentrera davantage sur l'exposition numérique de concepts car, pour la création d'un environnement artistique muséal, il est impératif de connaître le lieu pour la conception du design d'expérience.

Cela dit, l'environnement artistique virtuel se concentre uniquement sur l'expérience de l'œuvre en elle-même. En tenant compte du médium de la réalité virtuelle, la mise en forme de l'exposition utilise un mode d'appréhension transmédia. L'environnement sera donc composé d'une sélection d'œuvres conceptualisées dans le journal de bord. Il contiendra diverses expériences esthétiques de sculptures numériques qui chercheront à provoquer chez les spectateurs des interrogations sur la tyrannie de l'idéal de beauté virtuelle.

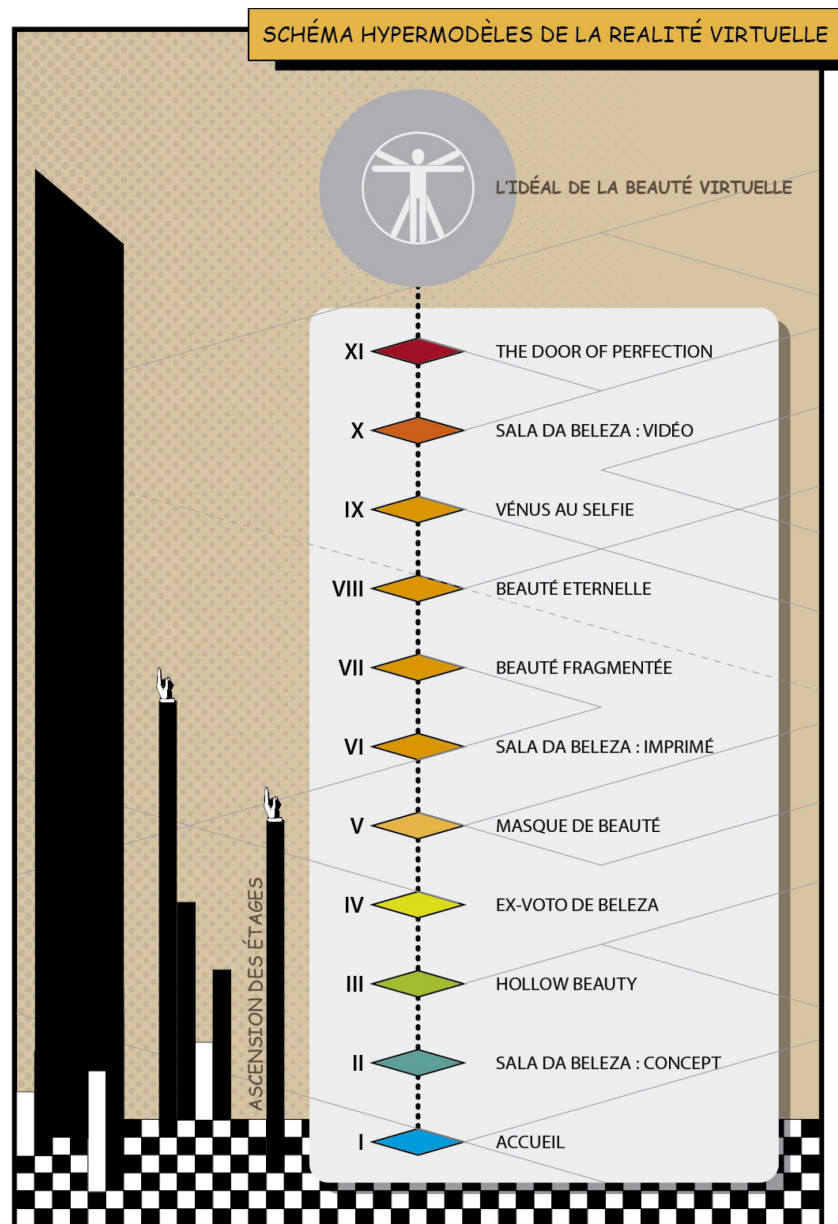


Figure 6 : Schéma expo *Hypermodèles VR* : Bráulio Christi, 2017

Dans le design d'expérience, le parcours proposé sera amorcé par les œuvres contemplatives et se dirigera progressivement vers les concepts d'œuvres plus interactives (figure 6). De cette façon, au moment où l'interaction est nécessaire pour la compréhension complète de l'œuvre, le spectateur sera déjà habitué à l'environnement et son contenu, capable de mieux saisir l'intention de l'artiste.

Je propose une grande variété d'œuvres qui sont en majorité prévisualisées dans mon journal de bord/livre d'artiste annexé à la fin de ce document.

L'exposition sera donc virtuelle et individuelle. Elle sera réalisée à travers le développement de l'environnement, à l'intérieur d'un engin de jeu et sera visualisée à l'aide d'un casque de réalité virtuelle (VR).

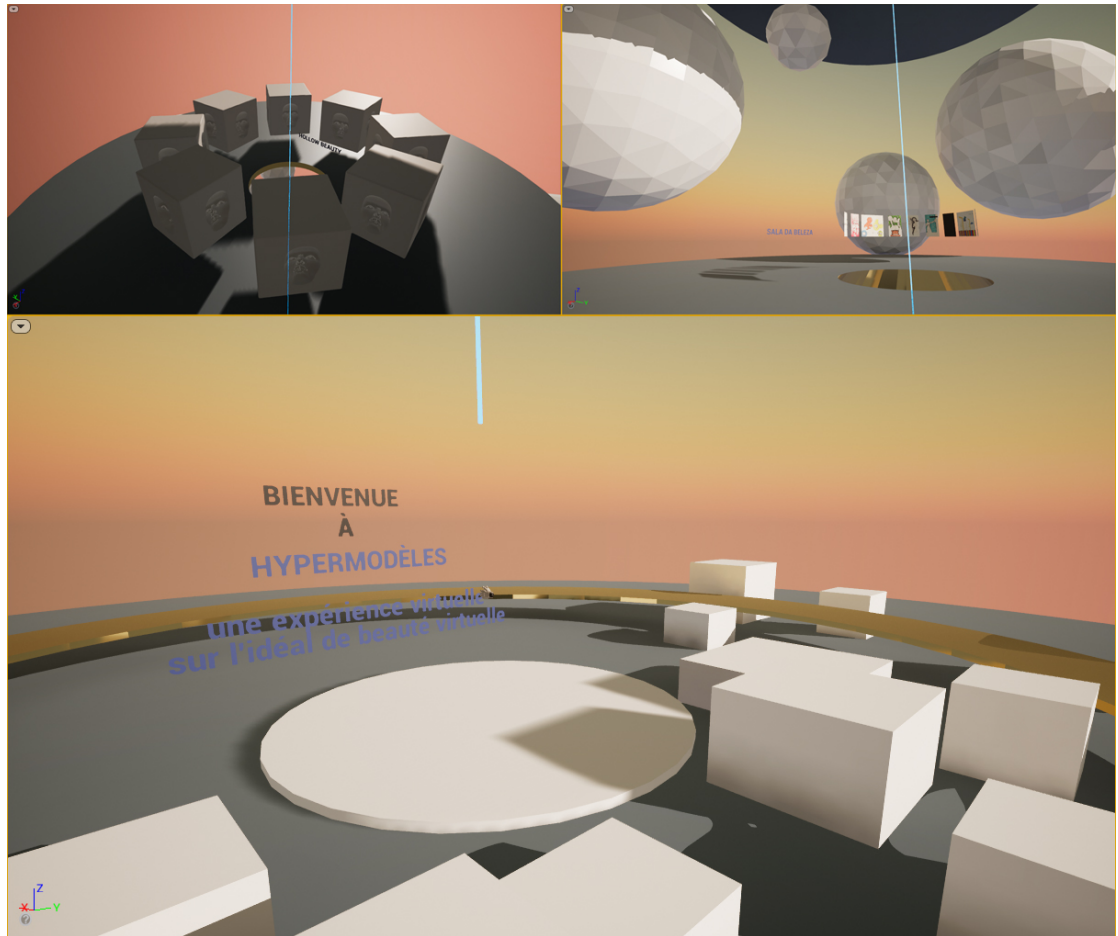


Figure 7 : Concepts œuvres de l'expo *Hypermodèles* VR : Bráulio de Lima, 2017

L'univers muséologique virtuel n'est pas limité à des règles physiques. Cela permet aussi de concevoir des œuvres impossibles à réaliser dans la sphère du réel.

Je reprends, en ce sens, la même démarche que l'œuvre d'art numérique et immersive *NooMuseum*<sup>26</sup>, débutée en 2004 par l'artiste Yann Minh.

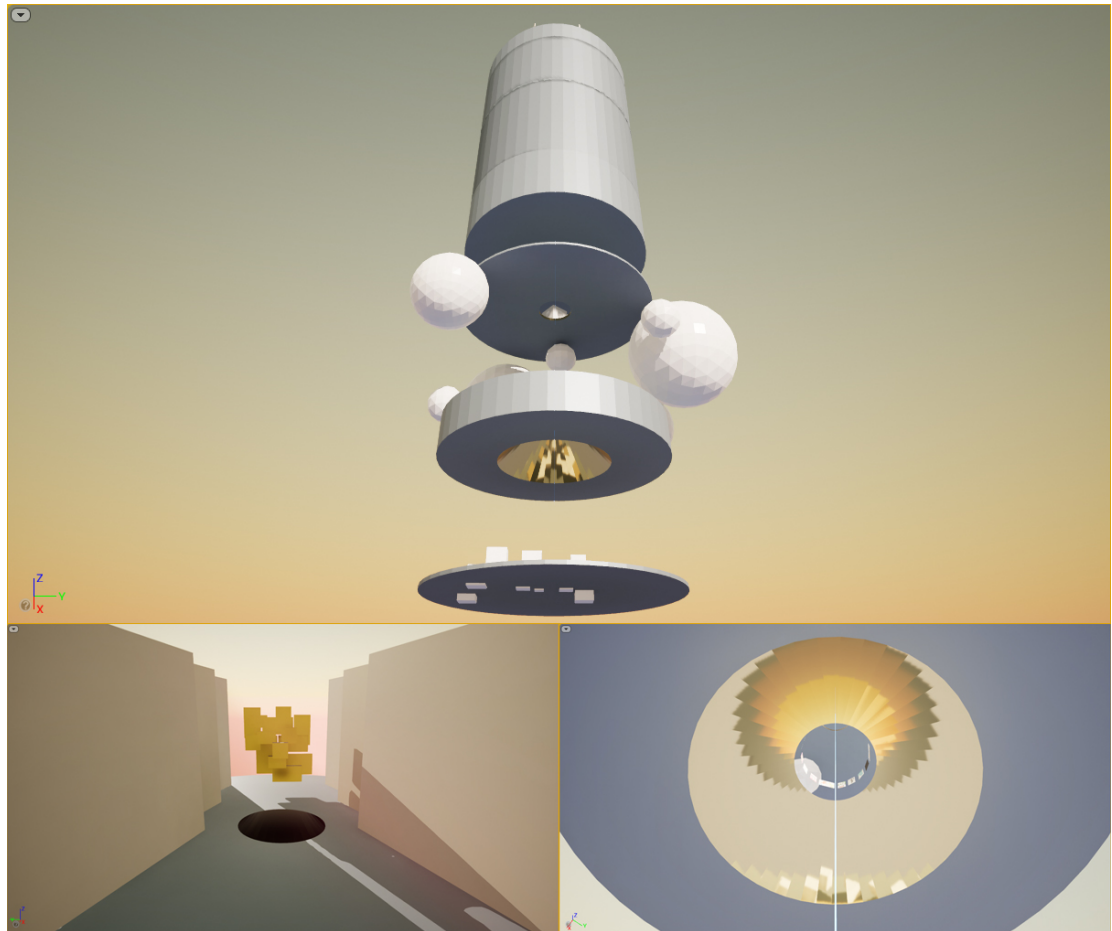


Figure 8 : D'autres concepts de l'expo *Hypermodèles VR* : Bráulio de Lima, 2017

Ainsi, les œuvres virtuelles sont devenues de nouvelles interprétations des œuvres conçues pour le monde réel. Le virtuel nous apporte une liberté complètement hors du commun où même les lois de la physique peuvent être détournées. Les œuvres ici possèdent une autre lecture, la thématique est toujours la même, les œuvres font nettement référence à leurs corrélations dans le monde

---

<sup>26</sup> Voir [<http://noomuseum.net>] consulté le 16 août 2017

physique, mais sont des œuvres distinctes qui collaborent à l'expansion de l'univers narratif. Si une exposition réelle est réalisée, cette exposition numérique constituera une œuvre en soi. Mentionnons enfin que, en exploitant le potentiel expressif du virtuel, nous suivons une démarche narrative transmédiatique. Il faut donc considérer les prochaines lignes du présent travail comme des œuvres pouvant exister à la fois au sein d'un univers réel et virtuel.

#### 4.2.1 VÉNUS AU SELFIE

Traduit comme l'incarnation de la beauté elle-même, la Vénus de Milo, ici *Vénus au Selfie*, permettra chez le spectateur la possibilité de prendre une photo avec l'une des plus connues comme canon de la beauté mondiale. Toutefois, le spectateur n'aura pas besoin de prendre la photo lui-même. Cette fois, c'est la statue qui prendra la photo. Un téléphone intelligent attaché à la statue prendra des photos à travers un logiciel de *face swapping*<sup>27</sup> et le visage du spectateur sera mis sur le visage de la *Vénus au Selfie* et vice versa.

---

<sup>27</sup> Un logiciel de *face swapping* est un logiciel qui utilise une caméra pour échanger virtuellement le visage de deux sujets de façon autonome. i.e. MSQRD, Snapchat.



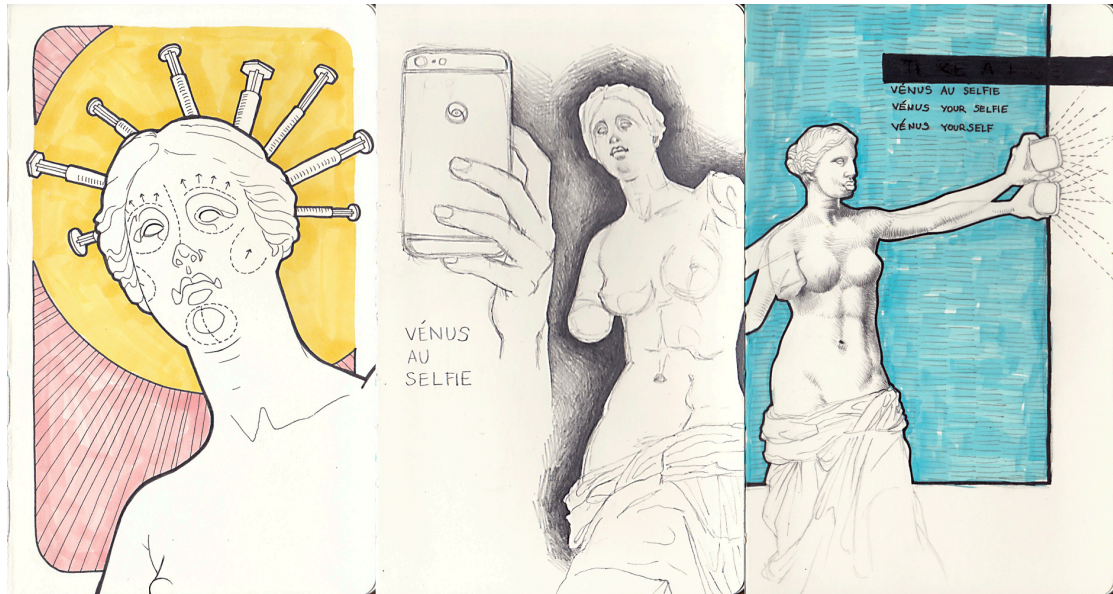


Figure 9 : Concepts *Vénus au Selfie* : Bráulio de Lima, 2016

Cette œuvre pose un regard critique sur le phénomène de la promotion de soi par l'usage des *selfies*. Les rôles seront inversés. Le spectateur deviendra un symbole de beauté. Par l'inversion de position, le spectateur devient l'œuvre et l'œuvre devient spectatrice.

Ce projet sera créé à partir de la célèbre statue Vénus de Milo, conçue par le sculpteur grec Alexandros d'Antioch<sup>28</sup>, mise en exposition au Louvre à Paris. Un modèle numérisé 3D de la statue réelle, disponible gratuitement sur internet<sup>29</sup>, servira de base pour la confection de l'œuvre. Le modèle sera adapté à l'aide d'un logiciel 3D afin de concevoir une impression 3D d'un nouveau bras. Ce bras, intégré à la statue, sera le support pour un appareil téléphonique intelligent toujours ciblé vers le visage de la statue prêt à prendre une photo quand quelqu'un s'approche.

<sup>28</sup> Voir [<https://www.britannica.com/topic/Venus-de-Milo>] consulté le 17 août 2017

<sup>29</sup> Modèle disponible par l'artiste Cosmo Wenman le 4 mai 2015. Voir [<https://cosmowenman.wordpress.com/2015/05/04/3d-reconstruction-venus-de-milo-spinning-thread>] consulté le 17 août 2017

L'*affordance*<sup>30</sup> du design (Norman, 2013), incitera naturellement le spectateur à prendre un *selfie* avec l'œuvre. Pour terminer, sa photo sera envoyée à un grand écran de projection à proximité qui dévoilera la photo aux visiteurs de l'exposition.

#### 4.2.2 BEAUTÉ FRAGMENTÉE

La beauté que la société désire est une beauté fragmentée (Abrussezze, 2007). Elle n'est pas une beauté complète, elle est en tranches, en morceaux, en pièces détachées. On désire avoir les yeux parfaits d'un certain modèle ou d'un comédien. Les plus admirés ont souvent des yeux de couleur bleus ou verts. Il faut avoir la bouche pleine de chair avec sa proportion harmonieuse et des dents blanches immaculées d'un autre *pop star*. Le nez doit ressembler à celui d'un autre acteur d'Hollywood. Les seins sont comme telle vedette et les bras comme une autre, etc.

Il s'agit d'une beauté construite de parties parfaites. Des petits canons de beauté isolés de l'ensemble. Plus l'individu cherche ces caractéristiques spécifiques pour définir son visage, plus il devient artificiel. Ce n'est pas difficile de trouver sur internet des montages photos qui illustrent le visage parfait, créés avec des fragments de modèles de la société contemporaine.

---

<sup>30</sup> Selon Norman, l'affordance est la perception, par l'utilisateur, sur les actions possibles d'un objet. Elle est issue de la relation utilisateur versus objet. Voir Norman, D. (2013). *The design of everyday things : revised and expanded edition*. New York. Basic Books, p. 11.

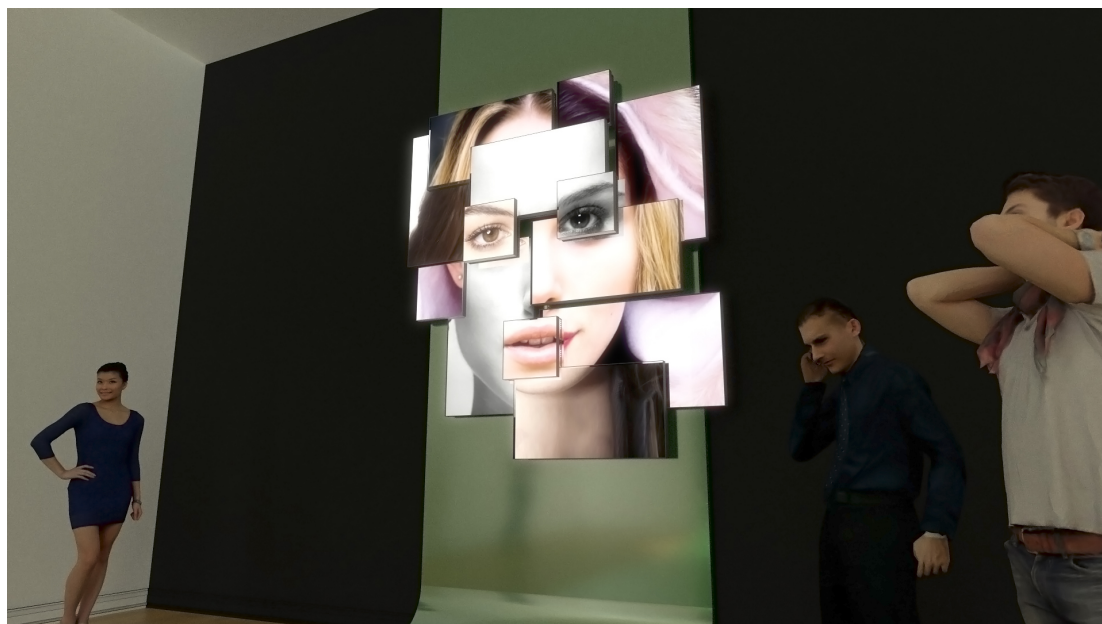


Figure 10 : Concept art du projet *Beauté Fragmentée* : Bráulio de Lima, 2016

*Beauté Fragmentée* consiste en une installation de projection vidéo architecturale<sup>31</sup> sur des boîtes, de tailles et de hauteurs différentes disposées en désordre sur le mur. Les spectateurs seront invités à prendre des photos de leur visage lorsqu'ils visiteront l'exposition. Chaque photo prise automatiquement sera enregistrée dans un serveur où un logiciel va les analyser et les découper. Les yeux, les lèvres, le nez, le front et le menton de chaque personne seront identifiés, séparés et découpés. Ensuite, le logiciel va organiser et mélanger les images pour créer un collage virtuel qui sera projeté en direct sur le dispositif de projection.

L'objectif n'est pas de reproduire l'esthétique de l'idéal de beauté contemporain, mais de représenter la pluralité des individualités. Est-ce que les fragments créeront un beau visage? Si l'on modifie notre visage par rapport à un autre, est-ce que cela nous rendra plus beau? L'intention avec cette sculpture

---

<sup>31</sup> « Projection mapping is a group of techniques for projecting imagery onto physical three-dimensional objects in order to augment the object or space with digital content. » Rowe, 2014, p. 255.

augmentée (Halskov et al., 2014; Delahousse, 2014; Jacquemin et Gagneré, 2007)<sup>32</sup> est de montrer que chacun a sa propre beauté, que cette quête du visage parfait bâti par des fragments de beauté peut s'avérer un échec.

#### 4.2.3 HOLLOW BEAUTY

Pour cette œuvre je vais utiliser deux concepts. Le premier est le concept du masque mortuaire. Le masque mortuaire est un masque qui reproduit de façon fidèle les traces, les caractéristiques et les contours du visage d'une personne décédée<sup>33</sup>. Il est fait soit pour éterniser le mort, soit pour créer un *memento mori* (souviens-toi que tu vas mourir).

Le deuxième concept attaché à cette œuvre est la technique du *Hollow Face* (Króliczak, Heard, Goodale, Gregory, 2006). Dans cette technique, une statue est créée en bas-relief de sorte que le spectateur va regarder la statue par le côté concave, comme s'il la regardait de l'intérieur. Ensuite, à l'aide de l'éclairage, de la perspective et d'une dissociation entre la perception visuelle et l'action dans le cerveau de la personne qui regarde (Króliczak, Heard, Goodale, Gregory, 2006), on aura l'illusion que la statue nous regarde toujours lorsqu'on se déplace. Le regard de la statue demeure toujours fixé sur le spectateur.

---

<sup>32</sup> Sculpture augmentée est un objet tridimensionnel qui, en recevant une interférence numérique, acquiert d'autres caractéristiques de façon à héberger en lui-même le virtuel et le réel en simultané. Artistes exemples : Pablo Valbuena et Robert Seidel.

<sup>33</sup> Voir [[https://en.wikipedia.org/wiki/Death\\_mask](https://en.wikipedia.org/wiki/Death_mask)] Consulté le 5 septembre 2017



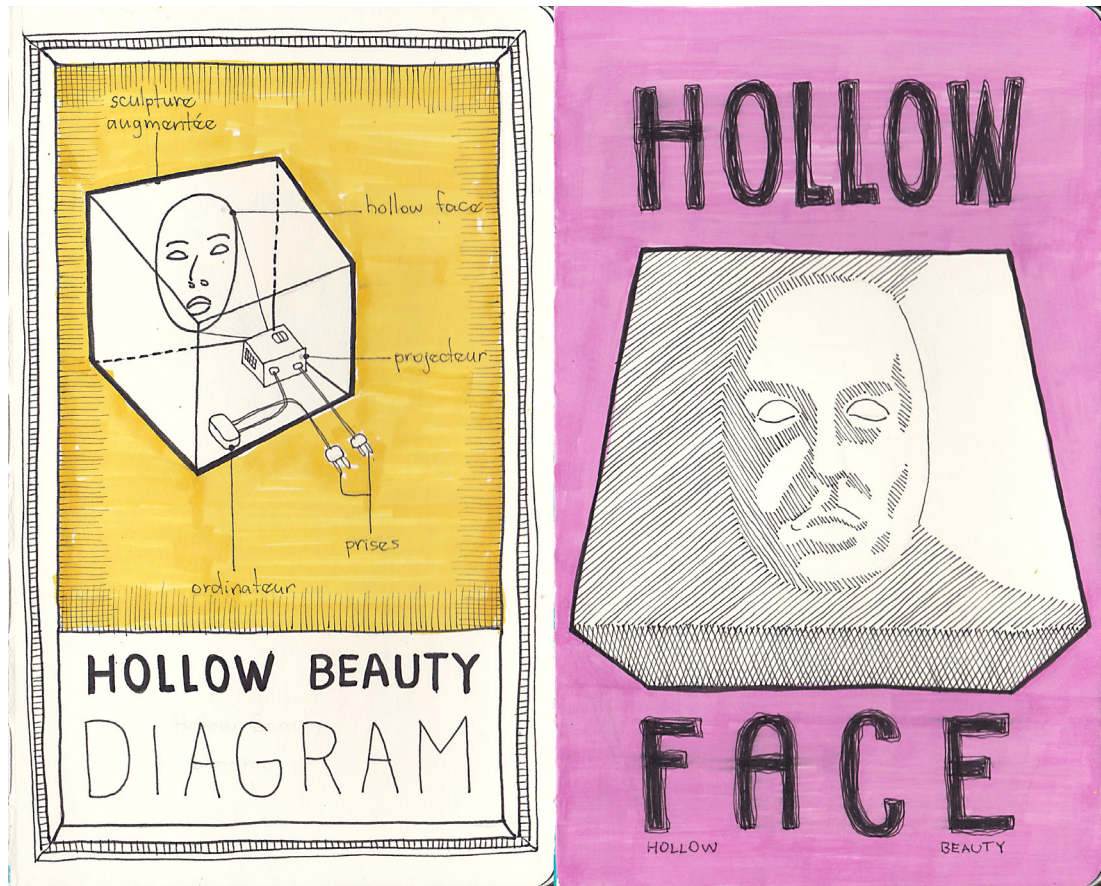


Figure 11 : Concepts *Hollow Beauty* : Bráulio de Lima, 2016

Bref, l'œuvre sera composée d'un cube d'environ 1,50 m<sup>3</sup> avec un visage sculpté en bas-relief. Un film sera projeté directement sur le visage par l'entremise de la technique de la projection architecturale. L'objectif est de faire référence au regard de la beauté médiatisée, une beauté qui est toujours à surveiller pour ceux qui ne sont pas en conformité avec ses critères normatifs. Le film fera référence aux effets de la chirurgie esthétique banalisés par la société de consommation. De plus, l'œuvre amènera une critique de l'obsolescence de la beauté en évoquant le concept du *memento mori*, car l'idéal de beauté contemporain rejette lui-même la vieillesse (Le Breton, 2013; Sfez, 1995; Abruzzesse, 2007; Vigarello, 2004 et Lafontaine, 2004).

#### 4.2.4 EX-VOTO DA BELEZA

L'*ex-voto* est un objet religieux offert à un protecteur céleste pour remercier une grâce reçue, souvent liée à la cure d'une maladie<sup>34</sup>. Quelque fois, il est produit en matériaux comme la cire, le bois et l'argent et représente la partie du corps qui a été guérie.

*Beleza* est le mot en portugais qui correspond au mot beauté. J'ai choisi le portugais en référence au Brésil, pays où la religion prend une grande importance dans le quotidien du peuple, principalement le christianisme; d'ailleurs c'est mon pays d'origine et c'est le lieu où la majorité de mes observations ont été faites. Aussi, au Brésil les interventions chirurgicales esthétiques sont très répandues et banalisées par la société, comme c'est le cas aux États Unis. Après tout, le Brésil a été le deuxième au classement de *l'International Society of Aesthetic Plastic Surgery* au cours de l'année 2016<sup>35</sup>. Le premier rang ayant été obtenu par les États-Unis. L'idéal de beauté au Brésil, à l'exemple des autres cultures contemporaines occidentales, génère une forte sensation de honte de soi (Le Breton, 2013) chez ceux qui ne sont pas à la hauteur des standards de la société du spectacle (Debord, 1967).

---

<sup>34</sup> Voir [<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/ex-voto/32529?q=ex-voto#32445>] consulté le 17 août 2017.

Voir aussi Oliveira (2003, p. 103) *O símbolo e o ex-voto em Canindé*. Revista de Estudos da Religião N° 3 / 2003 / p. 99-107.

<sup>35</sup> Voir

[<http://www.isaps.org/Media/Default/Current%20News/GlobalStatistics.PressRelease2016.pdf>] consulté le 17 août 2017

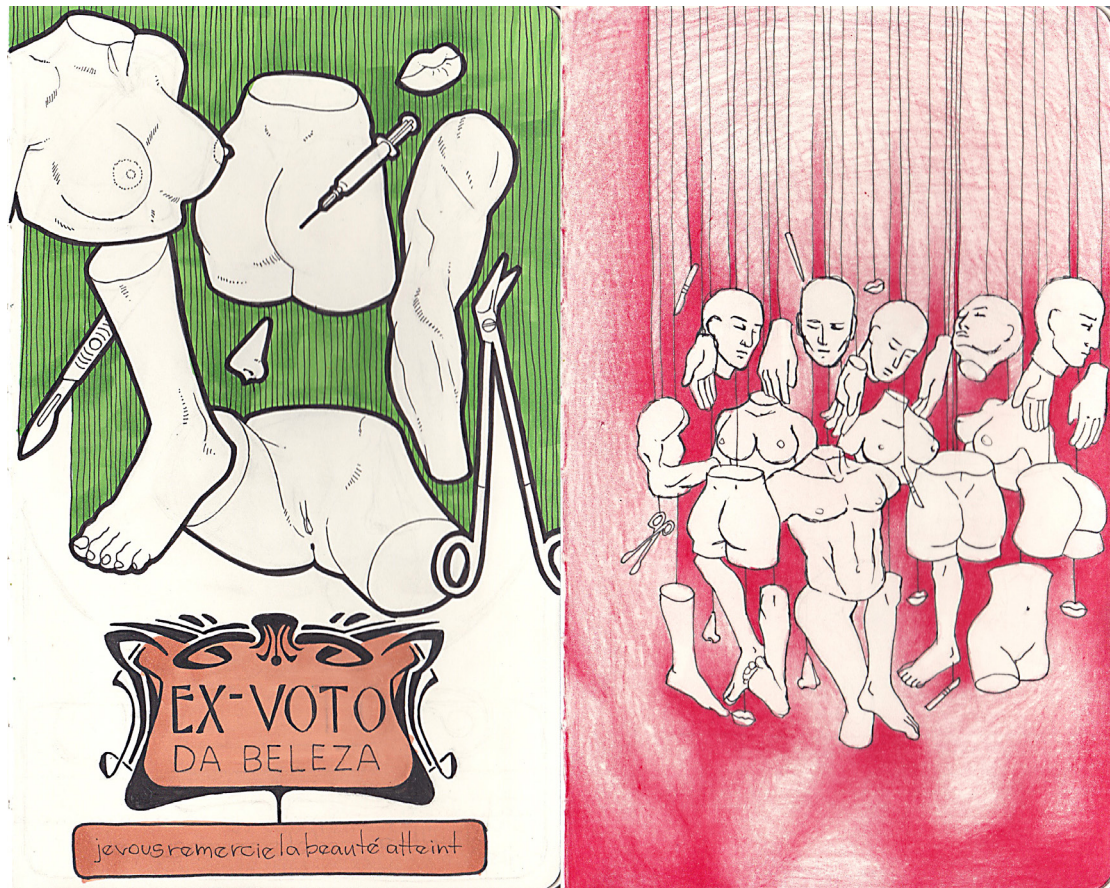


Figure 12 : Concepts *Ex-voto da Beleza* : Bráulio de Lima, 2016

L'œuvre utilisera l'*ex-voto* comme dispositif pour la projection vidéo architecturale. L'idée est d'interpréter l'*ex-voto* comme le remerciement aux médias, grâce à qui notre corps a été transformé en corps parfait selon le modèle de la beauté virtuelle. Cette œuvre se réfère à la fragmentation du corps et de soi pour atteindre l'idéal esthétique contemporain. Tel que bien exprimé par David Le Breton :

De surcroît, les images de la publicité qui soulignent l'impératif de la forme, du souci de soi, etc., fragmentent souvent dans leur démonstration l'unité du corps. Morcèlement qui répond en miroir au morcèlement du sujet aujourd'hui. (Le Breton, 2013, p. 272)



L'individu est divisé en fragments de corps. Le culte de la beauté virtuelle à travers la recherche de la perfection corporelle est devenu une sorte de nouvelle religion. *Ex-voto da Beleza* permet donc de poser un regard sur le phénomène, sans nécessairement y adhérer dans sa totalité, sous la forme d'une expérience virtuelle.

#### 4.2.5 THE DOOR OF PERFECTION

L'œuvre *The Door of Perfection (TDOP)* a été l'une des dernières créations de mon journal de bord. Elle constitue une synthèse de la vision critique de concept de beauté virtuelle que j'ai cherché à exprimer tout au long de mon projet de recherche-crédation. TDOP exprime le point de vue critique le plus aigü.

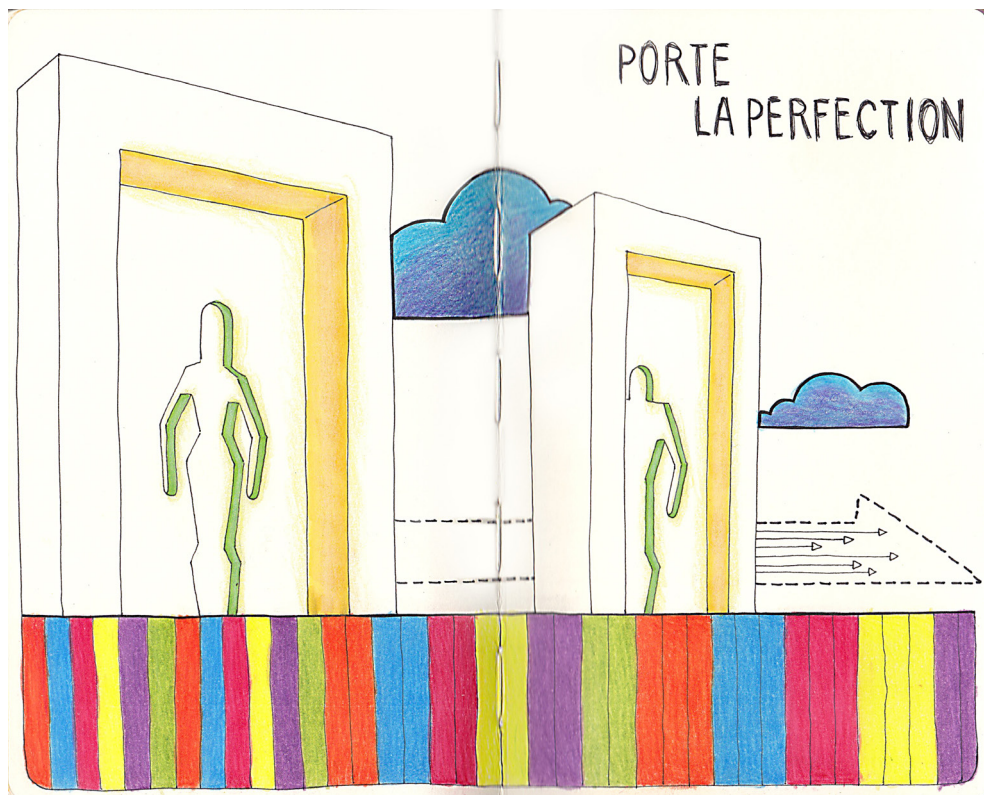


Figure 13 : Concepts *The Door of Perfection* : Bráulio de Lima, 2017



La proposition est de créer une porte virtuelle qui, avant de céder le passage aux visiteurs, analyse ses caractéristiques physiques. S'il correspond aux critères normatifs de poids, de hauteur et de mesure désirés par l'idéal virtuelle de la perfection physique, il obtient le droit de passer. Sinon, si celui-ci se présente comme la majorité des citoyens normaux, c'est-à-dire en dehors des critères de beauté voulus par l'industrie, le passage lui est refusé. Cette porte est un reflet du pouvoir de l'idéal de beauté de la société médiatisée.

Cette œuvre sera une sculpture munie de senseurs qui capteront et analyseront les données physiologiques des visiteurs de l'exposition.

Le titre repose sur le détournement du titre du livre *The Door of Perception* de l'écrivain Aldous Huxley (1954). Ce jeu de mots pose de multiples questions : Est-ce que *The Door of Perfection* est une expérience menant à une nouvelle perception de Soi? Est-ce que l'expérience d'une œuvre constitue une nouvelle forme d'altération de la conscience telle que Aldous Huxley l'a expérimentée par la prise de drogues hallucinogènes?

Alors, quelle expérience aura ce spectateur qui aura la permission de franchir la porte? Et quelle sera l'expérience de celui ou celle qui ne pourra pas le faire? D'après moi, la référence entre mon intention et la réalité de l'idéal de beauté virtuelle sera directe chez le visiteur. Si je devais choisir une œuvre pour résumer mon intention en tant qu'artiste, il y a de bonnes possibilités que celle-ci soit choisie.

## CHAPITRE 5

### ANALYSE DU PROJET *HYPERMODÈLES*

#### 5.1 ATTEINTE DES OBJECTIFS DE RECHERCHE-CRÉATION

À travers les études, lectures, et discussions menées pour la réalisation de cette recherche, les concepts de narrativité transmédia en art numérique et le concept d'environnement artistique ont été transposés sous la forme d'une création. La narrativité transmédia est un concept issu du domaine de la communication qui permet de raconter et transposer une même histoire sur et à l'aide de plusieurs médias. Toutefois, comme il a été démontré ici, il peut aussi s'appliquer à la création de multiples œuvres d'art afin de créer un environnement artistique. Comme il a été mentionné précédemment, l'environnement artistique est un environnement conçu par un artiste afin de communiquer un message via la création d'une expérience esthétique.

En ce qui concerne la proposition d'une méthodologie de recherche-crédation, l'objectif était de mettre en forme une méthodologie applicable à la conception transmédia en art numérique. L'application de cette méthodologie a abouti à la création de multiples œuvres qui explorent la même thématique. L'application de la méthodologie a été réalisée dans un contexte professionnel, ce qui a contribué à l'évaluation de la méthode.

Par contre, cette méthodologie pourrait bénéficier davantage de l'analyse d'autres artistes et chercheurs. Comme la recherche de ce mémoire est fondée sur une approche auto-ethnographique, la base du développement de cette méthodologie de recherche-crédation a émergé de mon propre processus de création. Elle a été conçue en respectant les balises de cette recherche, ciblant une

méthodologie adaptée à la création transmédia, mais aussi en tenant compte de mes expériences professionnelles et créatives. Cela m'a permis un développement rapide et bien dirigé. Cependant, cette méthode n'a pas été mise à l'épreuve par d'autres artistes-chercheurs. L'apport concret d'artistes-praticiens d'expérience pourrait offrir une grande contribution à l'évaluation de la pertinence de la recherche de ce mémoire.

## **5.2 RÉPONSE À LA QUESTION DE DÉPART**

Rappelons que la question de recherche est énoncée comme ceci :

*Comment concevoir une expérience basée sur un environnement artistique transmédia permettant de poser un regard critique sur l'emprise de l'idéal de beauté virtuelle médiatique sur l'individu?*

À travers l'utilisation de la méthodologie de recherche-crédation propre à la rédaction de cette étude, il a été possible de créer des œuvres reposant sur la thématique de l'idéal de beauté virtuelle. En suivant les étapes de création proposées pour la recherche, soit la création et l'évaluation, l'artiste-chercheur est capable de générer plusieurs œuvres conceptuelles. Par la sélection des œuvres en observant l'intention artistique par rapport à la thématique, il est possible pour l'artiste de concevoir un environnement artistique qui est soit virtuel ou soit physique. Cet environnement artistique expose le potentiel de l'approche de la narrativité transmédia seulement une fois que les œuvres sont conçues et adaptées à de multiples médias. Ainsi, l'univers narratif naît de la relation entre les œuvres composant l'environnement artistique.

En somme, l'application de la méthodologie de recherche-création décrite dans ce mémoire s'applique à une grande variété de contextes. Peu importe la thématique envisagée, il s'agit de comprendre comment concevoir des projets en fonction des caractéristiques particulières des environnements artistiques.

### 5.3 USAGE DE LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE-CRÉATION

En mars 2017, j'ai eu l'opportunité d'appliquer la méthodologie de recherche-création développée dans le cadre d'un contexte professionnel. Une entreprise de Montréal, *ElektraTek*<sup>36</sup> m'a contact   pour créer une sculpture-augmentée. L'entreprise voulait exhiber au marché la performance de son nouveau logiciel et serveur de *video mapping*. L'exposition était à l'ExpoScène 2017<sup>37</sup> qui a eu lieu à Montréal au Palais du Congrès les 12 et 13 avril 2017.

*ElektraTek* savait déjà quel objet recevrait la projection. C'était une sculpture en forme de masque de harlequin d'une taille approximative d'un mètre et demi. La seule contrainte imposée par le client était de créer un film ayant un grand potentiel d'attraction pour le public de l'événement et qui évoquerait aussi des références en technologie. Le client voulait inclure des objets et formes 3D sur le film. Comme j'ai eu carte blanche pour la création de cette œuvre, j'ai décidé d'exp  rimer la méthodologie que j'étais en train de développer.

---

<sup>36</sup> Voir [<http://www.elektratek.com>] consulté le 17 août 2017

<sup>37</sup> Voir [<http://www.citt.org/ExpoScene.html>] consulté le 17 août 2017

### 5.3.1 ÉTUDE DE CAS DU MASQUE DE BEAUTÉ : *ELEKTRATEK*

Pour la création du film, j'ai choisi la thématique de l'idéal de beauté virtuelle en prenant les concepts imaginés dans les esquisses du journal de bord. Quand je pensais aux images médiatisées de célébrités et aux publicités de produits de beauté, j'ai conclu que la beauté d'aujourd'hui est artificielle (il serait possible de qualifier cet événement de saut créatif). Ce qu'on voit tous les jours sont des représentations d'êtres humains, des idéaux de beautés inatteignables. Qui peut avoir une peau aussi lisse que celle qui figure dans les magazines, dans les films et vidéoclips? Comment peut-on arriver à avoir une figure si parfaite qu'elle dépasse la réalité? Comment devient-on *hypermodèles*?

En me questionnant sur cette problématique, j'ai conclu que la beauté de la peau et du visage de nos jours est composée de cinq couches. Cinq couches de beauté, à savoir : la peau naturelle, la peau de la chirurgie plastique, la peau des produits de beauté, la peau maquillée et enfin la peau « photoshopée ». Je définis ci-dessous chacune de ces couches de beauté.

La peau naturelle est celle qu'on a tous les jours, celle avec laquelle on est née, celle qui se modifie naturellement au cours de notre vie : elle a des rides, des taches, des grains de beauté, est remplie de textures et est imparfaite. La peau de la chirurgie plastique est quant à elle la peau modifiée de façon permanente, celle qu'on déconstruit pour changer notre visage : on l'étire, on la coupe, on met des greffes, on la fait subir des opérations. La peau de produits de beauté est pour sa part la peau qu'on embellit à l'aide de produits « miraculeux ». C'est celle des crèmes rajeunissantes, celle que l'on sable, celle qui change de texture et de couleur avec l'ajout des cosmétiques. La peau maquillée, comme son nom l'indique, est la peau qu'on embellit d'une façon instantanée pour mieux paraître. C'est celle

sur laquelle on met du rouge à lèvres, des faux cils, celle sur laquelle on applique du blush et qu'on change de façon temporaire et occasionnelle. La dernière couche de beauté est la couche qui est possible d'obtenir grâce à l'évolution numérique : c'est la peau « photoshopée ». Cette peau est faite de médias sociaux, la peau virtuelle répandue par les médias de consommation, la peau la plus irréaliste possible, la plus parfaite possible, la plus artificielle. C'est la couche qui possède aussi le pouvoir de changer les proportions, de changer les couleurs de cheveux et la couleur des yeux, celle qui peut cacher l'âge et occulter toutes les imperfections qui ne sont pas désirées, cela malgré les couches précédentes.

Dans la méthodologie développée par cette recherche, tout ce processus détaillé correspond déjà à la phase de création (II). La phase de recherche (I) avait déjà été faite antérieurement lors de lectures pour la maîtrise. On observe à la figure 14 le concept sur lequel je travaillais au début de cette œuvre.

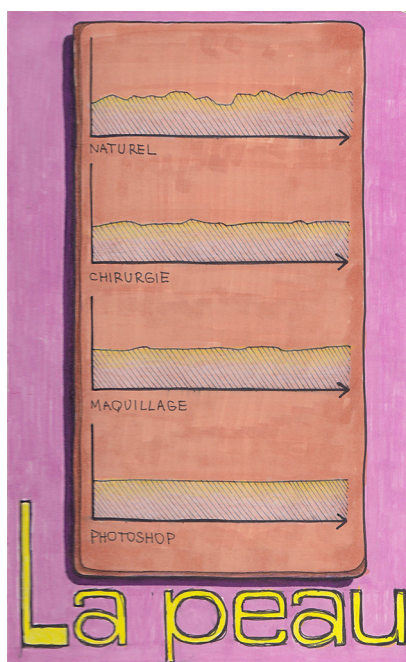


Figure 14 : Concept pour la peau : Bráulio de Lima, 2016

Après avoir reçu un aperçu du masque en image numérique, j'ai essayé de transposer mes idées sur papier (figure 15). J'ai choisi le crayon et le papier comme outils de travail car je voudrais pratiquer mes techniques de couleurs et parce que je voulais créer un travail analogique similaire au journal de bord de cette recherche. Donc, j'ai fait des esquisses sur des feuilles détachées dans mon journal de bord car je voulais les avoir séparées. Quand j'étais satisfait du résultat de création je les soumettais à l'appréciation du client.



Figure 15 : Concepts *Masque Infini* : Bráulio de Lima, 2017

Alors, au moment que j'ai fait parvenir les concepts au client, j'ai débuté la phase d'évaluation (III) de la méthodologie. Dans le cas de ce projet spécifique,

j'avais besoin d'une approbation directe du client, car c'était un contrat et je ne pouvais pas proposer une œuvre en désaccord avec les exigences du client. Simultanément, je suis allé chercher d'autres sources pour faire valider mon concept. J'ai montré les esquisses à mes collègues de maîtrise, à mon directeur de recherche et à mes amis pour recevoir leurs suggestions.

Après avoir reçu le fichier en 3D du masque final ainsi que l'aval du client par rapport à mes concepts, j'ai commencé à faire la création du film. Pour cela, j'ai utilisé les logiciels *Adobe After Effects*<sup>38</sup> pour la création du *motion graphics* et *Blender*<sup>39</sup> pour la création des aspects tridimensionnels. J'ai dû transposer l'esthétique créée sur papier au langage du film, afin d'avoir une première prévisualisation de celle-ci pour la phase de tests. Bref, j'étais sur la phase de préproduction (IV). À ce moment, le projet progresse par la création d'effets visuels, l'analyse du *timing*, couleurs, transitions entre scènes et toute sortes d'analyses d'aspects originels au langage de l'image en mouvement, cela toujours en observant les techniques et contraintes pour la projection vidéo architecturale.

Ensuite vient la phase de tests (V). Le premier test a été réalisé chez *ElektraTek* en présence du client. Dans cette phase, je peux avoir un aperçu du comportement des idées, de l'esthétique et des effets de la vidéo sur le masque; ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Il faut souligner qu'habituellement dans cette phase on a un avant-goût de l'œuvre finie, mais pas du résultat final, une fois que la phase de tests est réalisée avec un brouillon. Il est donc nécessaire de faire appel à l'intuition et la sensibilité de l'artiste pour déterminer les modifications

---

<sup>38</sup> Logiciel pour la création de contenu animée vidéo et composition d'images en mouvement. Voir [<http://www.adobe.com/products/aftereffects.html>]

<sup>39</sup> Logiciel pour la création de contenu 3D. Voir [<https://www.blender.org>] consulté le 17 août 2017



nécessaires avant de passer à la phase de modification (VI). Dans le cas d'une sculpture-augmentée, il est d'une grande importance d'observer aussi le l'effet visuel de la projection sur la sculpture. Il s'agit de regarder si l'on atteint l'effet désiré et si l'on a besoin de modifier le positionnement de la caméra 3D dans la vidéo, ou d'ajuster les couches de masque dans le logiciel d'édition. Pour ce projet, l'ajustement de la projection sur le masque a été réalisé par le logiciel du client, le *4D Show Media Server*. Le client a fait les ajustements lui-même.

Dans ce projet, j'ai fait aussi un test de projection sur les différents types de peintures qui pourraient être appliquées sur la sculpture du masque. Le client m'a fourni des échantillons de peinture sur le matériel utilisé pour la confection du masque. Ensuite, j'ai utilisé un projecteur multimédia pour faire l'évaluation de la meilleure peinture à être appliquée sur la sculpture. Le masque devait avoir une couleur grise pour mieux harmoniser toutes les couleurs utilisées dans la vidéo et ne devait pas porter une finition lustrée car cela aurait nui à la projection en créant des points de lumière. La lumière émise par le projecteur se reflète dans la surface brillante et efface l'image projetée.

Une fois la phase de tests terminée, j'ai amorcé la phase de modification (VI). Je suis revenu sur l'œuvre, avec les corrections observées pour la terminer et la préparer pour la dernière phase. Revenu à mon atelier, j'ai commencé à apporter les correctifs pour la nouvelle programmation visuelle, à préparer les rendus finaux, faire les corrections de couleur ainsi que la mise en date de l'œuvre.

La dernière phase est la matérialisation (VII). Dans cette dernière partie, on met en place toutes les pièces afin de faire l'assemblage de l'œuvre. Pour ce projet, cela comprenait le rendu final de la vidéo, la livraison au client et le *mapping* qui a

été fait sur place par le client avec son logiciel *4D Show Media Server*<sup>40</sup>. Idéalement, afin d'obtenir un meilleur résultat de la projection, le *mapping* est fait sur place car les mouvements millimétriques subis par le projecteur ou par l'objet qui reçoit la projection se transposent et fluctuent en centimètres entre la distance du projecteur et l'objet.

On observe dans la figure 5 deux boucles, soit la boucle-rétro-crétion et la boucle-production. Dans le cadre spécifique de ce projet, je n'ai pas eu besoin d'activer la boucle-rétro-crétion car après la phase d'évaluation (III), le concept était déjà satisfaisant. En ce qui concerne la boucle-production, elle a été activée après la phase de modification (VI), quand j'ai eu besoin de réaliser d'autres tests et d'autres modifications. Toutefois, le test avec le projecteur et le logiciel *4Dshow Media Server* a été effectué une seule fois. Tous les autres tests ont été faits dans le but d'observer mes idées transposées sur le film. Je n'irai pas dans les moindres détails afin d'optimiser la lecture du texte.

Le résultat final a d'abord été présenté au stand *ElektraTek*<sup>41</sup> à l'ExpoScène 2017. L'événement d'une durée de deux jours avait un public-cible qui était composé en majorité de professionnels de l'industrie du spectacle, de la réalisation de concerts, de spectacles et de production d'événements.

Comme j'avais précisé précédemment, cette recherche ne se concentre pas sur la réception de l'œuvre. Malgré ma curiosité sur le sujet, cela demanderait un autre mémoire. Ainsi, je n'ai pas mis en place une méthode pour l'évaluer correctement. Cependant, j'ai reçu une rétroaction informelle du client. Selon une analyse basée sur la perception personnelle du corps professionnel d'*ElektraTek*,

---

<sup>40</sup> Voir [<http://www.elektratek.com/product-details/4d-show>] consulté le 17 août 2017

<sup>41</sup> Voir la nouvelle sur [<http://elektratek.com/may-11-2017>] consulté le 17 août 2017

l'œuvre a eu une bonne réception auprès du public de l'événement. Lors d'une discussion, M. Martin Chartrand, le directeur d'*ElektraTek*, a observé que le public n'était pas le public idéal pour cette œuvre. D'après lui, cette œuvre serait mieux appréciée dans un festival d'art numérique ou dans un musée. Toutefois, il était content car la curiosité suscitée par l'œuvre lui a donné l'occasion de faire une démonstration de leurs produits et de leur entreprise, ce qui était son objectif de départ. Un dépliant était disponible sur place et dans lequel la démarche artistique derrière l'œuvre était expliquée au public, mais selon le client, le public ne s'est pas intéressé au contenu conceptuel.

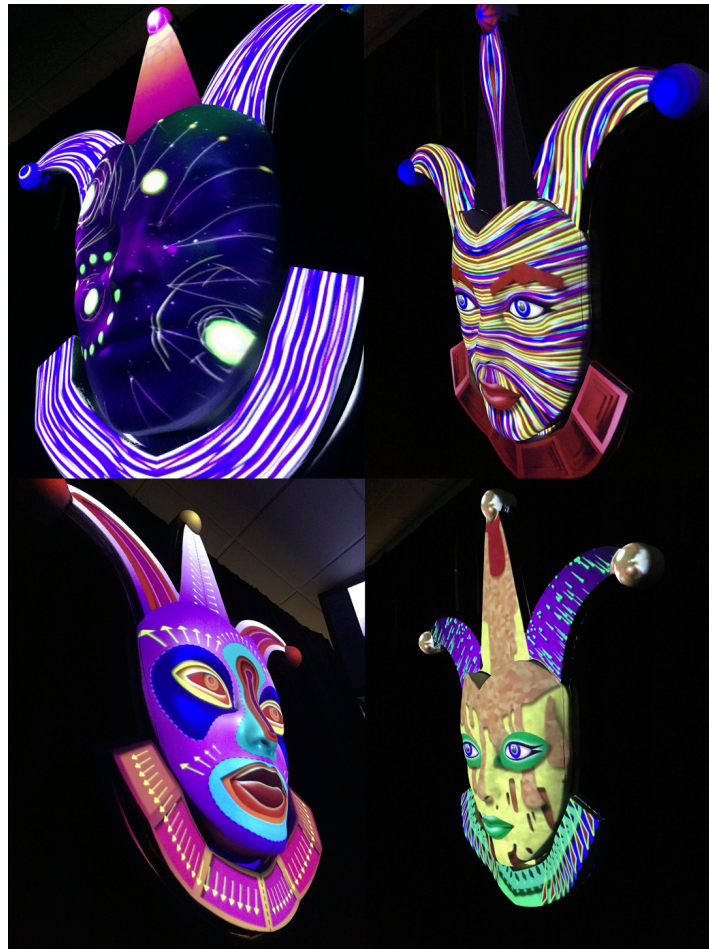


Figure 16 : *Masque de Beauté* : Bráulio de Lima, 2017

Une deuxième présentation publique a eu lieu pendant la commémoration du 25<sup>ième</sup> anniversaire de l'école NAD<sup>42</sup> à Montréal le 10 mai dernier (figure 16). À cette occasion j'y étais tout au long de l'événement et j'ai eu l'opportunité de voir en direct la réaction du public. L'œuvre a été présentée dans la salle consacrée à la maîtrise du NAD, avec un public différent de celui à L'ExpoScène 2017. J'ai reçu des commentaires positifs et des critiques diverses sur l'œuvre. J'ai aussi eu l'occasion de parler à quelques personnes de ma démarche artistique.

En résumé, cette expérience fut une bonne opportunité de tester et valider la méthodologie développée par cette recherche-crédation. Celle-ci a permis de structurer le travail d'idéation, de recherche de références jusqu'à la matérialisation de l'idée.

#### **5.4 ENVIRONNEMENT ARTISTIQUE DE L'EXPOSITION *HYPERMODÈLES***

La réalité virtuelle impose ses contraintes et nous présente de nouveaux défis expressifs. La limite majeure, au moment de la conclusion de cette recherche (septembre 2017), repose sur l'usage de la technologie du casque de réalité virtuelle. Celui-ci limite la liberté de mouvement de l'usager. Le casque de réalité virtuelle est attaché à un ordinateur par un fil et utilise des senseurs qui captent le positionnement du casque dans l'espace physique pour le transposer à l'espace numérique<sup>43</sup>. L'espace de captation du monde physique réel correspond à environ 350 x 350 cm pour le casque *HTC Vive*<sup>44</sup> et de 250 x 250 cm pour l'*Oculus Rift*<sup>45</sup>.

---

<sup>42</sup> Voir [<http://www.nad.ca>] consulté le 17 août 2017

<sup>43</sup> L'entreprise chinoise TPCast prévoit sortir sur le marché un accessoire pour le *HTC Vive* pour l'utilisation sans fil. Voir [[https://www.tpcast.cn/h\\_en/htcvive.html?p1=1&p2=1](https://www.tpcast.cn/h_en/htcvive.html?p1=1&p2=1)]

<sup>44</sup> Voir

[[http://dl4.htc.com/web\\_materials/Manual/Vive/Vive\\_User\\_Guide.pdf?\\_ga=1.109132741.139739718.1479809853](http://dl4.htc.com/web_materials/Manual/Vive/Vive_User_Guide.pdf?_ga=1.109132741.139739718.1479809853)] consulté le 16 août 2017.

Ces espaces s'avèrent limités pour répondre à la nature d'un projet d'exposition. Se déplacer autour d'une statue virtuelle géante ne fonctionnera pas car l'utilisateur serait trop près de la statue pour l'observer et l'examiner entièrement.

Une autre limite actuelle de la réalité virtuelle est le manque de réponse tactile établissant une correspondance entre le monde virtuel et le monde réel. Si l'utilisateur touche un objet dans le numérique il n'y a pas de réponse physique à l'acte de toucher l'objet. Cela peut provoquer une rupture de la présence en réalité virtuelle (Slater, Usoh et Steed, 1994).

Pour solutionner ces problèmes, j'ai proposé de faire une expérience virtuelle qui consiste en une sorte de promenade en ascenseur (figure 17). L'ascenseur est utilisé dans ce projet puis qu'il s'agit d'un espace limité qui se déplace verticalement. L'interaction est gardée au niveau minimal entre l'architecture de l'ascenseur et l'utilisateur.

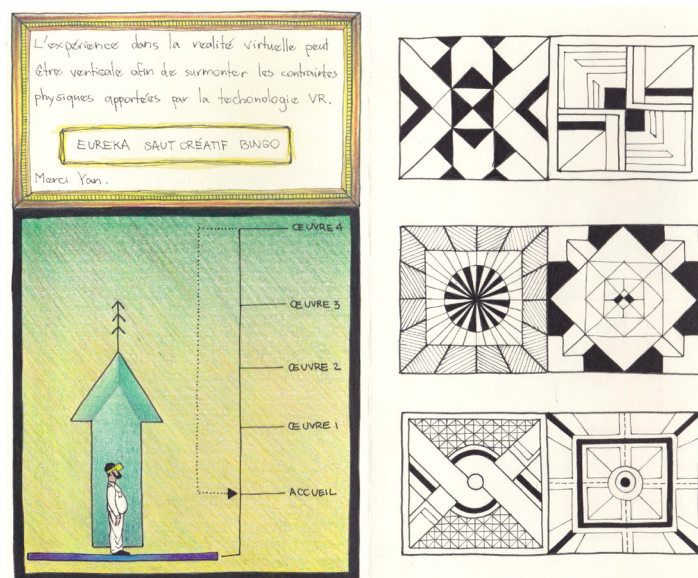


Figure 17 : Concepts de l'ascenseur et planchers : Bráulio de Lima, 2017

<sup>45</sup> Voir [<https://www.roadtovr.com/oculus-touch-and-htc-vive-roomscale-dimensions-compared-versus-vs-visualized>] consulté le 16 août 2017

Bref, j'ai solutionné l'enjeu du déplacement et de l'interaction en concevant un espace adapté aux concepts de l'exposition. Un ascenseur monte et donne accès à des galeries virtuelles. L'utilisateur est toujours contraint par les murs invisibles de l'ascenseur. Comme l'ascenseur possède un déplacement vertical, j'ai décidé de mettre une ligne verticale pour guider l'utilisateur à travers le chemin parcouru. Cette ligne blanche lumineuse (figure 18) est liée dans le bas à un objet qui fait référence aux personnes de beauté ordinaire, voire normale et est liée dans le haut à un autre objet qui pour sa part fait référence à *l'Uomo Vitruviano* de Leonardo da Vinci (1490)<sup>46</sup> représentant l'idéal de beauté virtuelle. L'ascenseur se déplacera entre les galeries virtuelles sans jamais atteindre l'idéal inaccessible de la beauté virtuelle; l'idéal est inatteignable pour l'être humain et n'existe que dans le numérique.

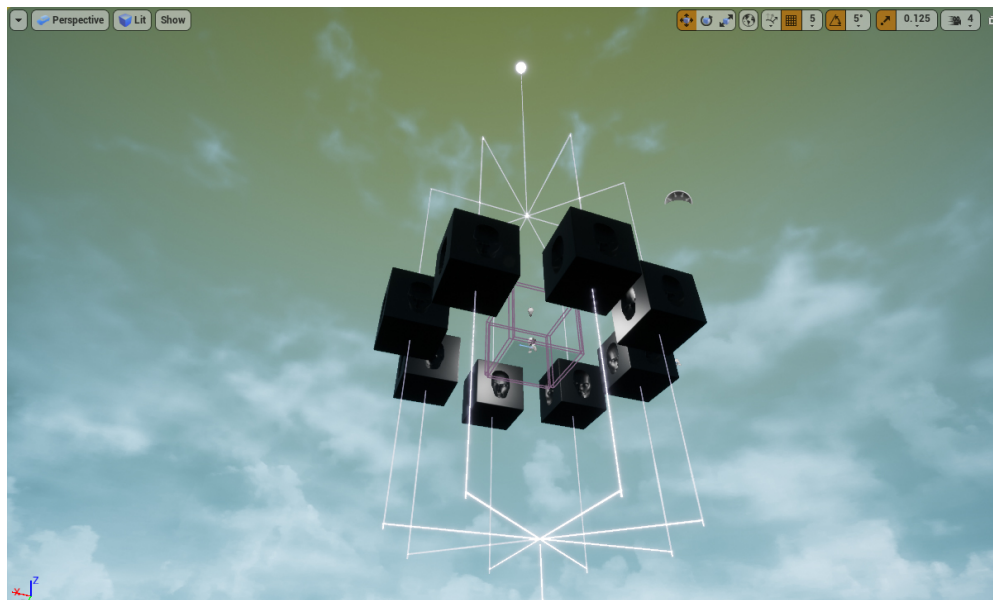


Figure 18 : Concept ligne blanche de l'expo *Hypermodèles VR* : Bráulio de Lima, 2017

---

<sup>46</sup> Voir [[https://en.wikipedia.org/wiki/Vitruvian\\_Man](https://en.wikipedia.org/wiki/Vitruvian_Man)] consulté le 16 août 2017

Selon la manière dont est conçue l'exposition virtuelle, le concept de beauté virtuelle est inscrit concrètement dans la conception d'un espace architectural. Il est possible d'énoncer un concept et une idée, mais il est plus complexe d'incarner celle-ci sous la forme de multiples objets, expériences et expérimentations. L'environnement artistique vise à transmettre des idées par le biais de la multiplication des formes de l'expérience. En raison de l'importance de cet élément, il convient de rappeler qu'une exposition sur le concept de beauté virtuelle, dans le cadre d'un événement ou une exposition muséale, incorporerait l'environnement artistique virtuel.

Paradoxalement, une expérience virtuelle constituerait une matérialisation de l'idée de beauté inaccessible.

## CONCLUSION

Rappelons les objectifs de cette recherche : transmettre une pensée critique sur la thématique de la beauté virtuelle, saisir le processus de création d'un environnement artistique transmédiatique et concevoir une méthodologie de recherche-crédation adaptée aux contraintes de la création transmédiatique. En premier lieu, il est nécessaire d'apporter quelques réflexions concernant les limites de la recherche.

Au sujet de la méthodologie de recherche-crédation, j'ai réussi à développer un processus de conception transmédiatique. L'intention initiale de cette recherche reposait sur la production d'une œuvre d'art numérique. Tout au long de ma recherche, je ne pouvais pas m'empêcher de concevoir de nouveaux projets. Ainsi, l'objectif est devenu la proposition d'un projet d'exposition transmédia. La conception d'une exposition avec des œuvres diverses s'avère un phénomène complexe à saisir, voire chaotique. Dans ce contexte, l'intention de départ a migré de la conception d'une œuvre vers l'observation d'un flux créatif. Une approche qui me semblait chaotique et désordonné s'est transformée en une méthodologie de conception saisissant la progression d'une pensée créative, de l'idée initiale jusqu'à la matérialisation d'une œuvre.

Selon l'étude de cas ici présentée, la méthodologie proposée fonctionne comme outil d'aide à la création d'œuvres transmédiatiques. Elle est conçue pour être utilisée peu importe la thématique choisie et la matérialisation de l'œuvre finale. Il est toutefois nécessaire d'effectuer des allers-retours entre la technologie, le



contexte de diffusion, les exigences extérieures et la mise en forme des éléments narratifs.

Dans le cadre de cette recherche-création de maîtrise, je me suis concentré sur une approche méthodologique auto-ethnographique basée sur mes propres connaissances et expériences. Malgré la validité de cette approche en recherche-création (Bruneau et Villeneuve, 2007), cela rend la méthodologie assez personnelle. Il serait nécessaire de valider cette proposition par une collaboration avec d'autres artistes-chercheurs. Il faudrait trouver un modèle de validation permettant de confirmer les éléments de la méthode dans le cadre de multiples projets.

Depuis le début de la recherche plusieurs idées, concepts et expérimentations ont été formulés. Un seul aspect est demeuré immuable : ma volonté de poser un regard critique sur l'idéal tyrannique de la beauté virtuelle. Cette thématique est demeur  e constante dans l'ensemble de la recherche. En d'autres termes, il aurait été possible de concevoir une infinité de matérialisations visant à poser un regard critique sur la thématique de la beauté virtuelle. Ce sujet est omniprésent dans la société médiatique contemporaine. J'utilise mon œuvre comme un outil de transmission critique. Comme je l'ai mentionné précédemment, la réception du message ne sera pas mesurée dans cette recherche. J'ai limité mes observations au processus de production.

   ce sujet, j'aimerais évoquer la difficulté de saisir le processus de création dans le feu de l'action. En tant qu'artiste, je suis déjà habitué à prendre des décisions reposant sur l'expérience acquise. La pratique réflexive dans le domaine du design d'expérience demeure encore une zone de recherche à explorer. Il subsiste encore de nombreuses questions : Comment trouver les bons termes pour

définir le processus de création? Comment choisir les concepts adaptés à mon expérience d'artiste? Je dois avouer la difficulté permanente de concilier les différentes dimensions associées à la création et à la recherche. C'est pour cette raison qu'il faut voir les créations de ce projet comme des manifestations transitoires d'une certaine interrogation portant sur le processus de conception d'une exposition virtuelle.

En somme, le développement d'un processus de conception représente un grand défi. L'exercice de mettre en mots un enchaînement d'actions demeure un processus délicat. On ne peut pas le prendre à la légère. À plusieurs reprises, j'ai dû faire face à des interrogations par rapport à ma manière de travailler qui sont restées sans réponse.

Il faut toutefois souligner que, dans le cadre de cette expérience, un artiste qui s'engage dans une démarche pour devenir chercheur se plonge dans un univers réflexif qui, selon moi, rend possible une amélioration de la qualité de son travail. Une méthodologie de recherche ne peut qu'enrichir sa contribution créative, à la fois au niveau de la conceptualisation que des processus de création.

Globalement, cette recherche m'a amené à me définir à la fois en tant qu'artiste et concepteur. Je suis davantage passionné par la création des idées que par leur matérialisation.

En accord avec la recherche auto-ethnographique, je trouve un grand intérêt dans l'analyse du phénomène de la création transmédia. Comment saisir le processus de transcription d'une œuvre physique vers une œuvre numérique, et vice versa, en relation avec les aspirations esthétiques d'un artiste-chercheur?

Quand je me suis proposé de faire une exposition numérique adaptée à un casque de réalité virtuelle, j'avais initialement en tête l'idée de réaliser une prévisualisation de l'exposition. Je voulais simplement reproduire les œuvres afin de prévisualiser leur disposition dans l'espace. Toutefois, quand j'ai commencé à recréer ces œuvres dans le monde du virtuel<sup>47</sup>, je me suis rendu compte que cela ne suffisait pas. Étant donné la liberté offerte par le monde virtuel, se limiter à une simple reproduction des œuvres du monde réel signifierait une mauvaise appropriation du média. En tant qu'artiste transmédia, je devais explorer les possibilités narratives spécifiques au média utilisé.

Explorer un nouveau média représente toujours un nouveau défi. Pour être conforme aux préceptes de cette recherche, j'ai décidé de travailler les œuvres numériques en interrogeant à la fois les idées et leur transposition sous la forme d'environnements artistiques. Ce projet visait à développer une approche qui explore davantage les possibilités créatives du virtuel. C'est seulement à travers la compréhension d'un langage qu'il est possible de transmettre efficacement un message.

Ainsi pour répondre à la question à la base de ce mémoire, la recherche a abouti à la proposition d'une méthodologie de recherche-crédation basée sur la conception d'un environnement artistique transmédia. En conclusion, il serait utile d'évaluer comment l'intention de recherche de l'artiste évolue jusqu'à la réception de l'expérience esthétique. Est-ce que le spectateur a bien compris l'intention de l'artiste? Ce projet d'exposition a-t-il mené à une réelle prise de conscience critique de la tyrannie de la beauté virtuelle?

---

<sup>47</sup> Logiciels utilisés : *Blender*, *SketchUp* et *Unreal Engine*.

## BIBLIOGRAPHIE

Abruzzese, A. (2007). *La puissance de la beauté*. Paris. Éditions Harmatan.

Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation*. Paris. Éditions Gallimard

Bolter, J. David et Richard Grusin. (1999). *Remediation : understanding new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Bruneau, M. et Villeneuve, A. (2007). *Traiter de recherche-création en art: Entre la singularité d'un territoire et la singularité des parcours*. Québec. Presses de l'Université du Québec

Couchot, E. et Hillaire, N. (2003) *L'art numérique*. Paris. Flammarion.

Cross, N. (2006). *Designerly ways of knowing*. London. Springer-Verlag London

Debord, G. (1967) *La société du spectacle*. Paris. Buchet-Chastel.

Króliczak, G., Heard, P., Goodale, M., Gregory, R. (2006). *Dissociation of perception and action unmasked by the hollow-face illusion*. Elsevier

Dortier, J. (2008) *La tyrannie de la beauté*. Sciences Humaines 2008/7 numéro 195. Auxerre. Sciences Humaines Communication.

Delahousse, O. (2014). *  tude empirique de huit cas d'application de la réalité augmenté spatiale pour la communication   v  nementielle*. Mémoire maitrise en sciences appliquées – Génie Industriel, Université de Montréal.

Dewey, J. (2010). *L'art comme expérience*. Paris.   ditions Gallimard.

David LaChapelle. (2016) Consulté le 23 oct. 2016 à <http://davidlachapelle.com>

Ellis, C.; Adams, T. E.; Bochner, A. P. (2010). *Autoethnography: An Overview*. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 12(1), art. 10, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1101108>.

Fernanda Magalh  es. (2017) Consulté le 23 octobre 2016 à <http://www.fernandamagalhaes.com.br>

Giovagnoli, M. (2011). *Transmedia storytelling : imagery, shapes and techniques*. ETC Press

Jacquemin, C. et Gagner  , G. (2007) *Revisiting the layer/mask paradigm for augmented scenery*. International Journal of Performance Arts and Digital Media, 2:3, 237-257

Halskov, K., Johansen, S. et Bach, M. (2014) *3-D projection installations : three design strategies for a new medium*. Digital Creativity, 25:4, p. 283-294,

Hassenzahl, Mark (2011) <https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/user-experience-and-experience-design>, consulté le 19 septembre 2017

Jenkins, H., Ford, S., et Green, J. (2013). *Spreadable media : creating value and meaning in a networked culture, Postmillennial pop*. New York. New York University Press.

Kaltblut. (2014). *The world of David LaChapelle : an interview*. Consulté le 23 oct. 2016 à <http://www.kaltblut-magazine.com/the-world-of-david-lachapelle-an-interview/>

Lafontaine, C. (2008). *La société post-mortelle : la mort, l'individu et le lien social à l'ère des technosciences*. Paris. Seuil.

Landow, G. & Delany, P. (1991) *Hypertext, hypermedia and literary studies: the state of the art*, dans (Packer, Randall & Jordan, Ken) *Multimedia: from Wagner to virtual reality*. Norton. 2001, p. 227

Larousse.fr : encyclopédies et dictionnaires gratuits en ligne. Divers termes indiqués sur le texte. (2016). Consulté à <http://www.larousse.fr>

Laurier, D.; Lavoie, N. (2013). *Le point de vue du chercheur-créeur sur la question méthodologique : une démarche allant de l'énonciation de ses représentations à sa compréhension*. Recherches qualitatives. vol. 32 (2), p. 294-319.

Le Breton, D. (2013). *Anthropologie du corps et modernité*. Paris. Quadrige - Presses Universitaires de France.

Lipovetsky, G.; Serroy, J. (2013). *L'esthétisation du monde*. Paris. Éditions Gallimard.

Merleau-Ponty, M. (1978). *Phenomenology of perception*. London. Trowbridge and Esher.

Norman, D. (2013). *The design of everyday things : revised and expanded edition*. New York. Basic Books.

Oliveira, M. J. S. (2003). *O símbolo e o ex-voto em Canindé*. Rever : revista de estudos da religião. vol. 3 p. 99-107 Consulté le 20 octobre 2016 à [http://www.pucsp.br/rever/rv3\\_2003/p\\_oliveira.pdf](http://www.pucsp.br/rever/rv3_2003/p_oliveira.pdf)

Orlan. (2016). Consulté le 20 oct. 2016 à <http://orlan.eu>

Packer, R., & Jordan, K. (Eds.). (2002). *Multimedia: from Wagner to virtual reality*. WW Norton & Company.

Popper, F. (1975). *Le déclin de l'objet : art, action et participation 1*. Éditions du Chêne. Paris.

Quessada, D. (1999). *La société de consommation de soi*. Paris: Verticales.

Rippl, G. (Ed.). (2015). *Handbook of intermediality: Literature–image–sound–music* (Vol. 1). Walter de Gruyter GmbH & Co KG.

Rokeby, D. (1998). *The construction of the experience : interface as content*. Disponible sur <http://libertar.io/lab/wp-content/uploads/2016/02/Rokeby-ConstructionofExperience.pdf> Consulté le 9 novembre 2017

Rowe, A. (2014) *Designing for engagement in mixed reality experiences that combine projection mapping and camera-based interaction*. Digital Creativity, 25:2, p. 155-168

Ryan, M. (2001). *Narrative as virtual reality : immersion and interactivity in literature and electronic media*, Parallax. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Schaeffer, J. (2015) *L'expérience esthétique*. Paris. Éditions Gallimard

Schon, D. A. (1983). *The reflective practitioner, how professionals think in action*. USA. Basic Books.

Sfez, L. (1995). *La santé parfaite : critique d'une nouvelle utopie*. Paris. Seuil.

Slater M., Usoh M. et Steed A. (1994). *Depth of presence in virtual environments* dans *Presence : teleoperators and virtual environments* (Vol. 3, p. 130-144) Cambridge. MIT Press

Souriau, E. (1990) *Vocabulaire d'esthétique*. Paris. Quadrige - Presses Universitaires de France

The Guardian. (2009). *French artist Orlan: "Narcissism is important"*. Consulté le 20 oct. 2016 à <https://www.youtube.com/watch?v=IQ1Ph-Pprj4>

The Guardian. (2012). *David LaChapelle : "Fashion, beauty and glamour are the mark of a civilization"*. Consulté le 23 oct. 2016 à <https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/feb/19/david-lachapelle-interview-fashion-photography>

The Huffington Post. (2013). *Orlan talks plastic surgery, beauty standards and giving her fat to Madonna : photos, interview, NSFW*. Consulté le 20 oct. 2016 à [http://www.huffingtonpost.com/2013/01/29/performance-artist-orlan-interview-beauty-surgery\\_n\\_2526077.html](http://www.huffingtonpost.com/2013/01/29/performance-artist-orlan-interview-beauty-surgery_n_2526077.html)

Vídeo 1 em 500 mil: Fernanda Magalhães, Jornal de Londrina GRPCOM 2012. Consulté le 21 octobre 2016 à <https://www.youtube.com/watch?v=ZnI3T6VR3iA>

Vigarello, G. (2004). *Histoire de la beauté : le corps et l'art d'embellir de la Renaissance à nos jours*. Paris. Seuil

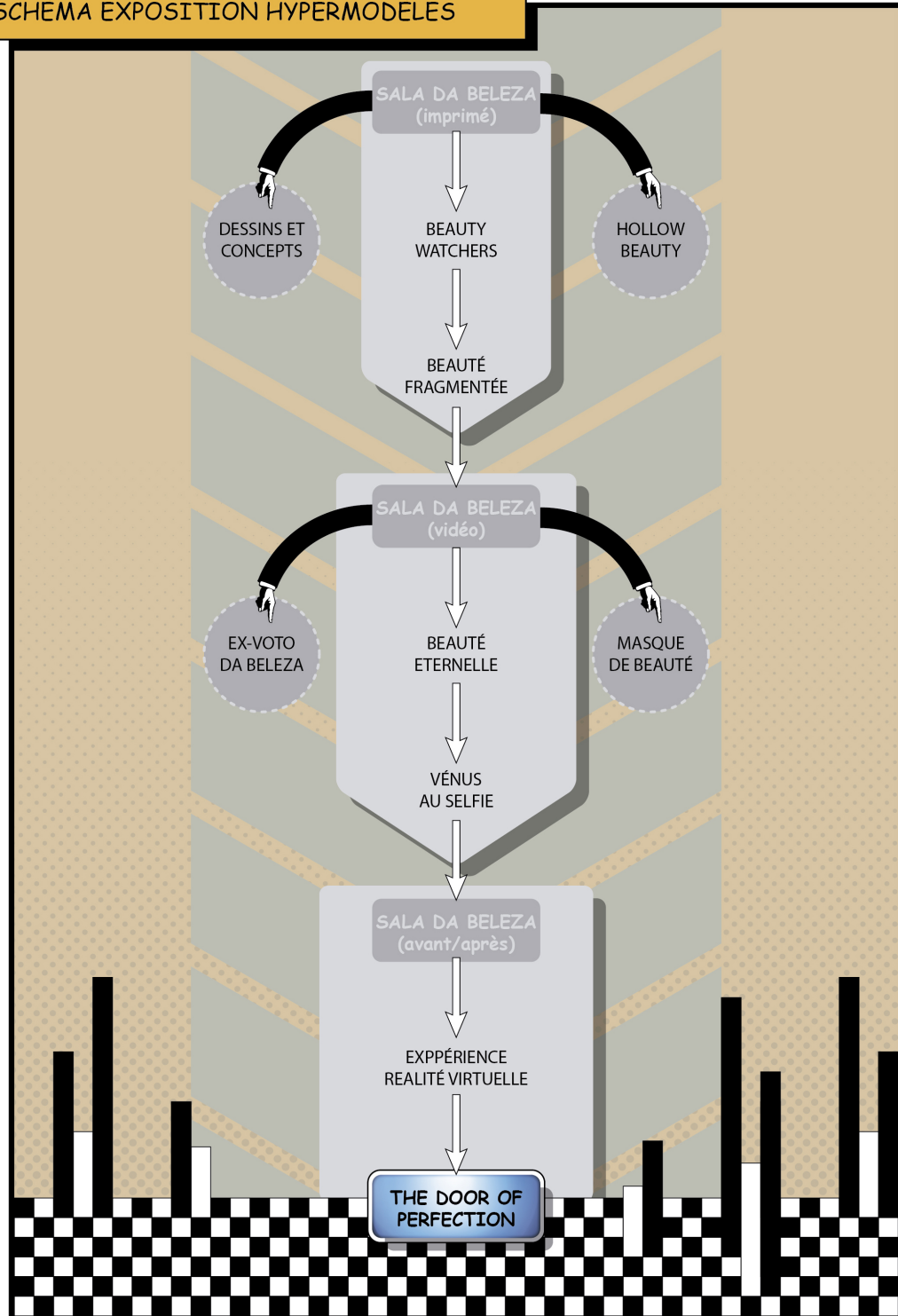
Weiser, P. Z. B. (2013). *ORLAN Revisited: Disembodied Virtual Hybrid Beauty* dans (Brand, P. Z.) *Beauty Unlimited*. 2013, p. 306-340. Indiana University Press.

Wikipedia.org : the free encyclopedia. Divers termes indiqués sur le texte. (2017). Consulté à <http://www.wikipedia.org>

## ANNEXES

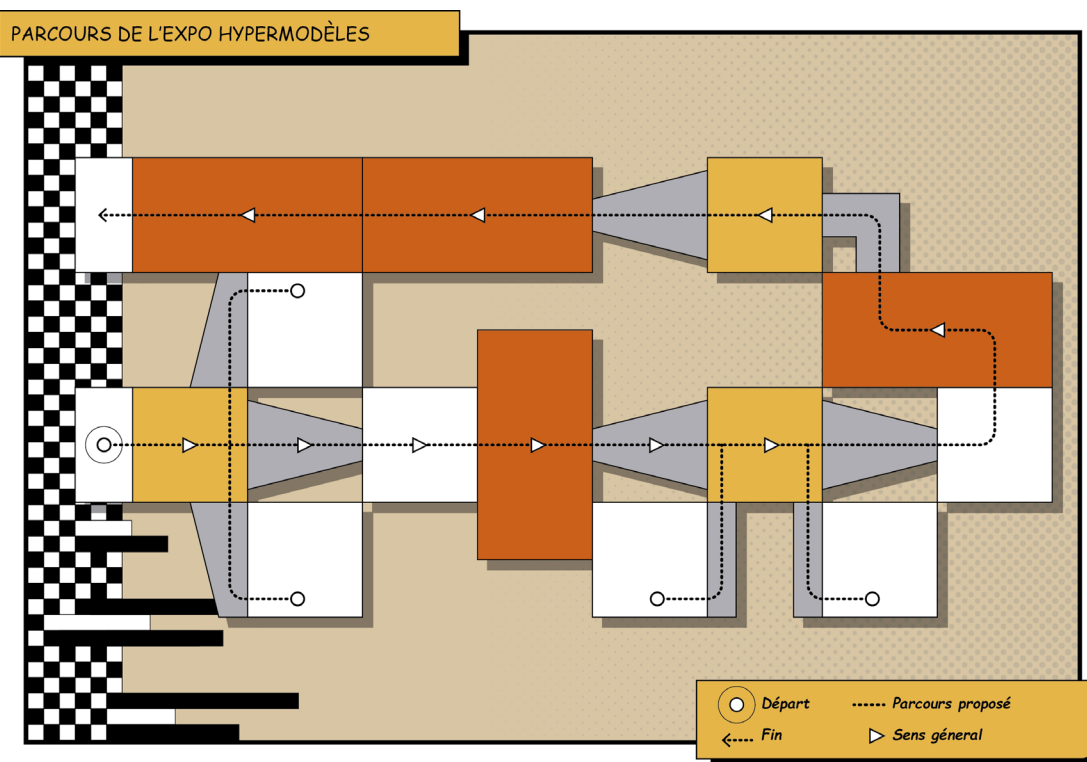
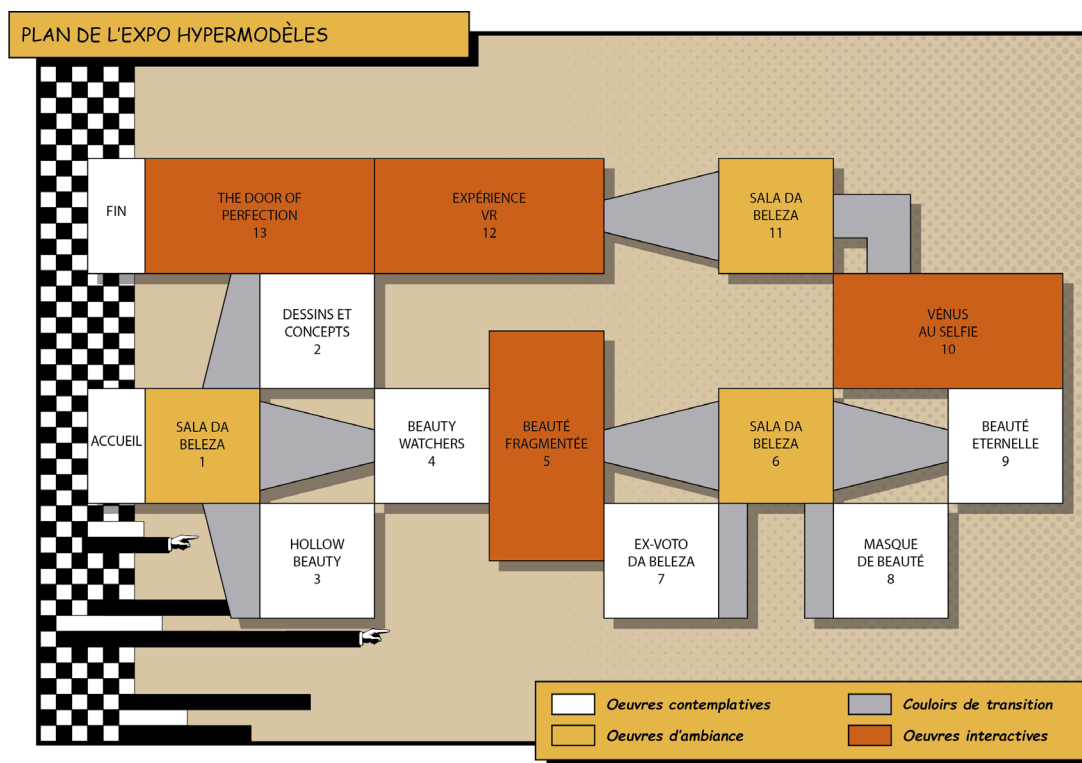
### ANNEXE 1

#### SCHEMA EXPOSITION HYPERMODELES

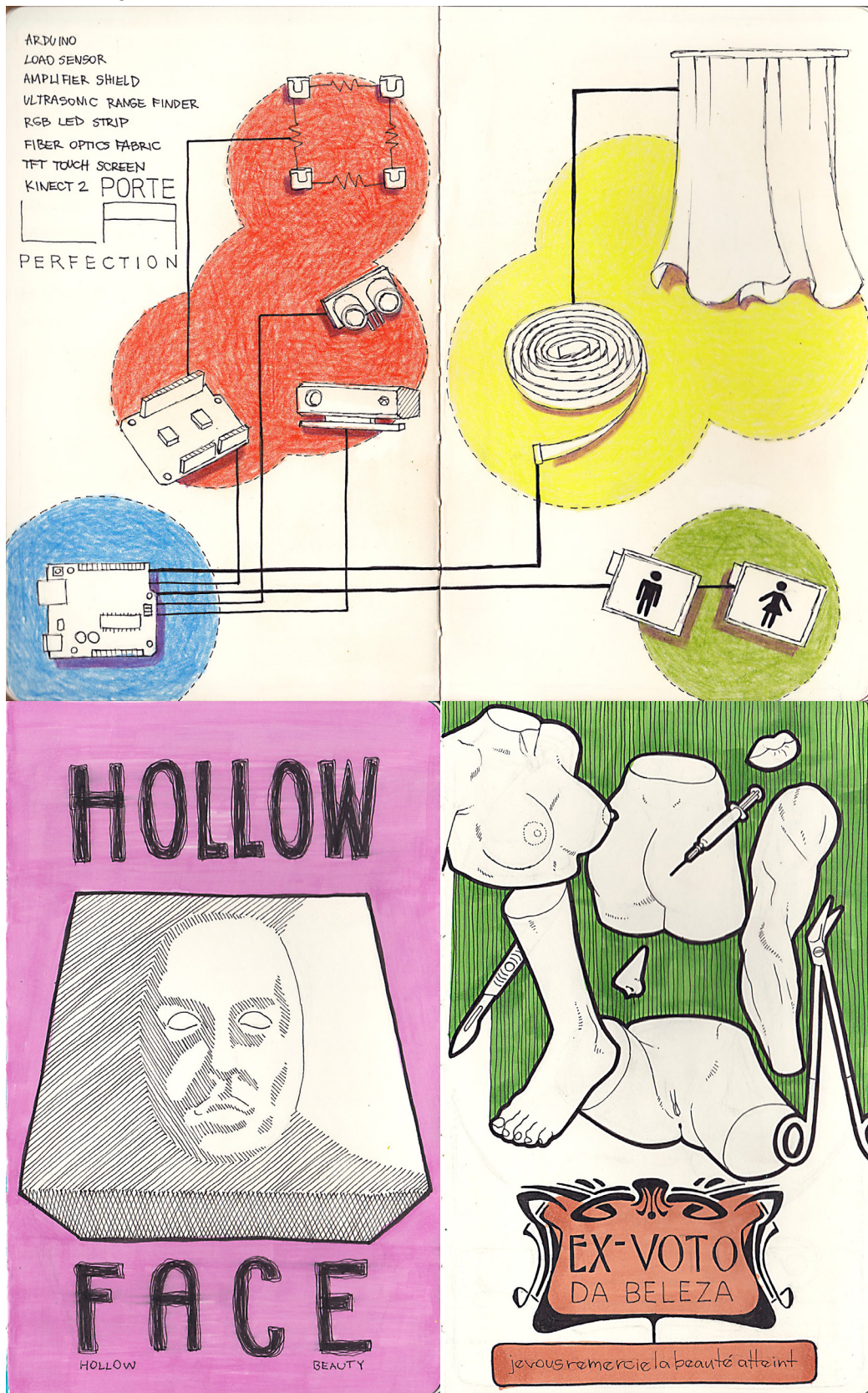




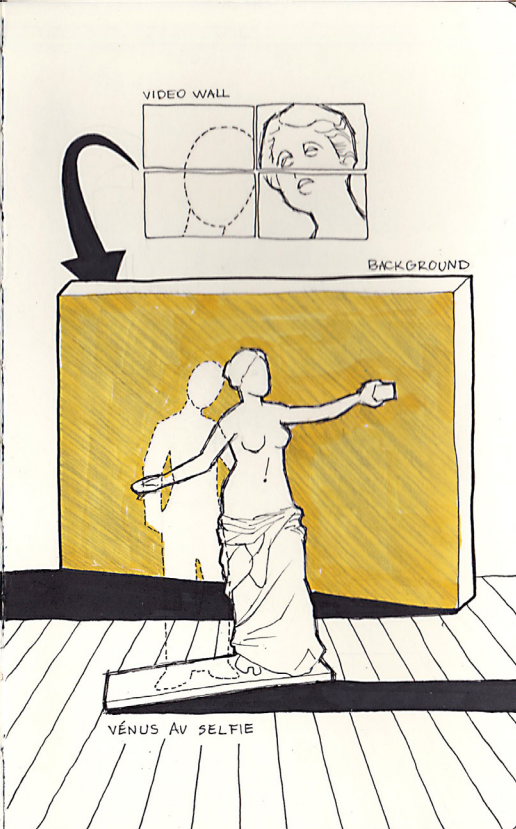
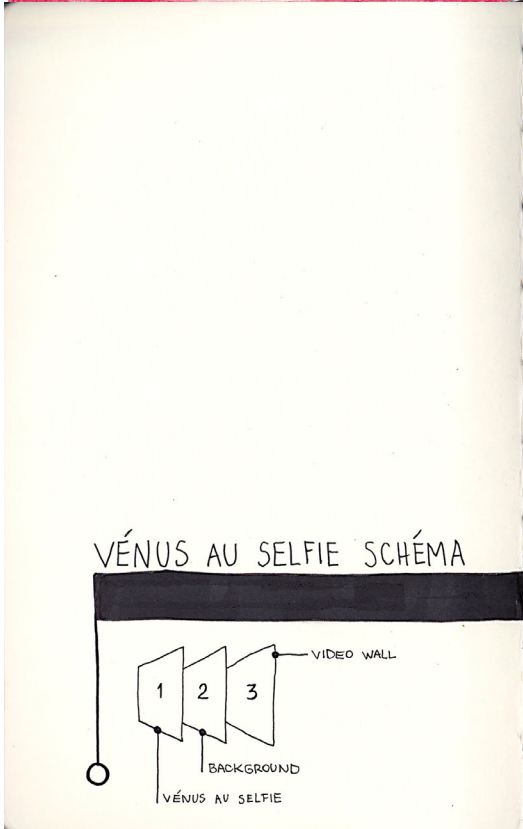
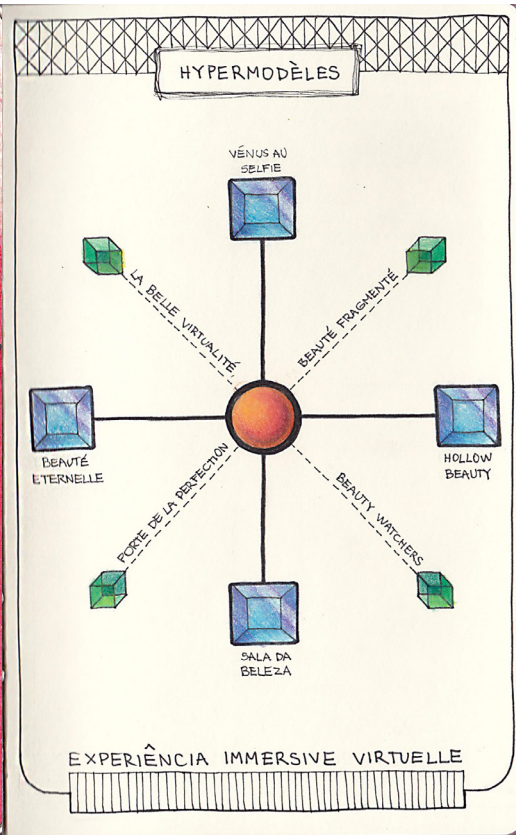
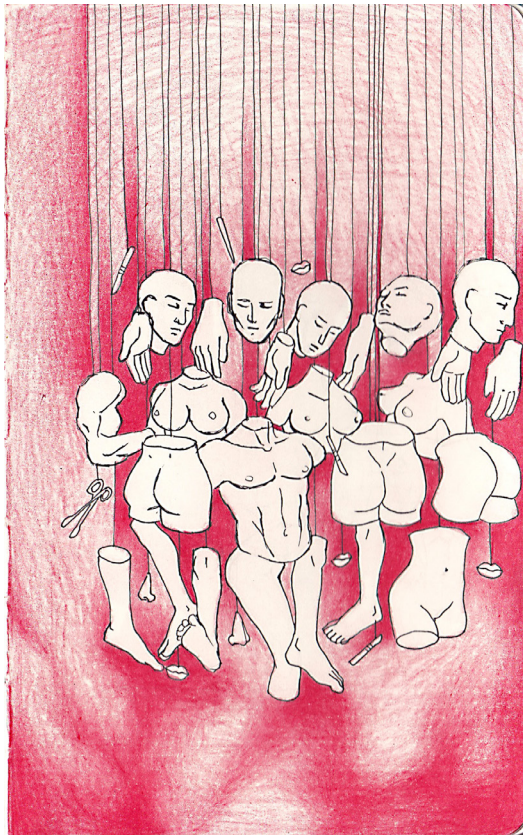
## ANNEXE 2



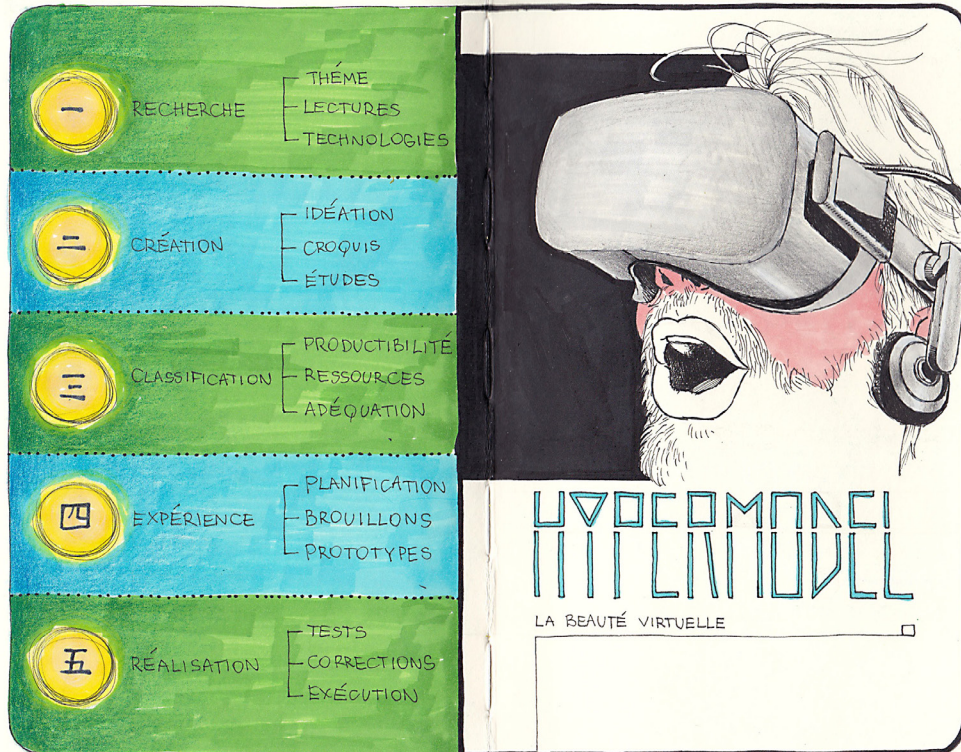
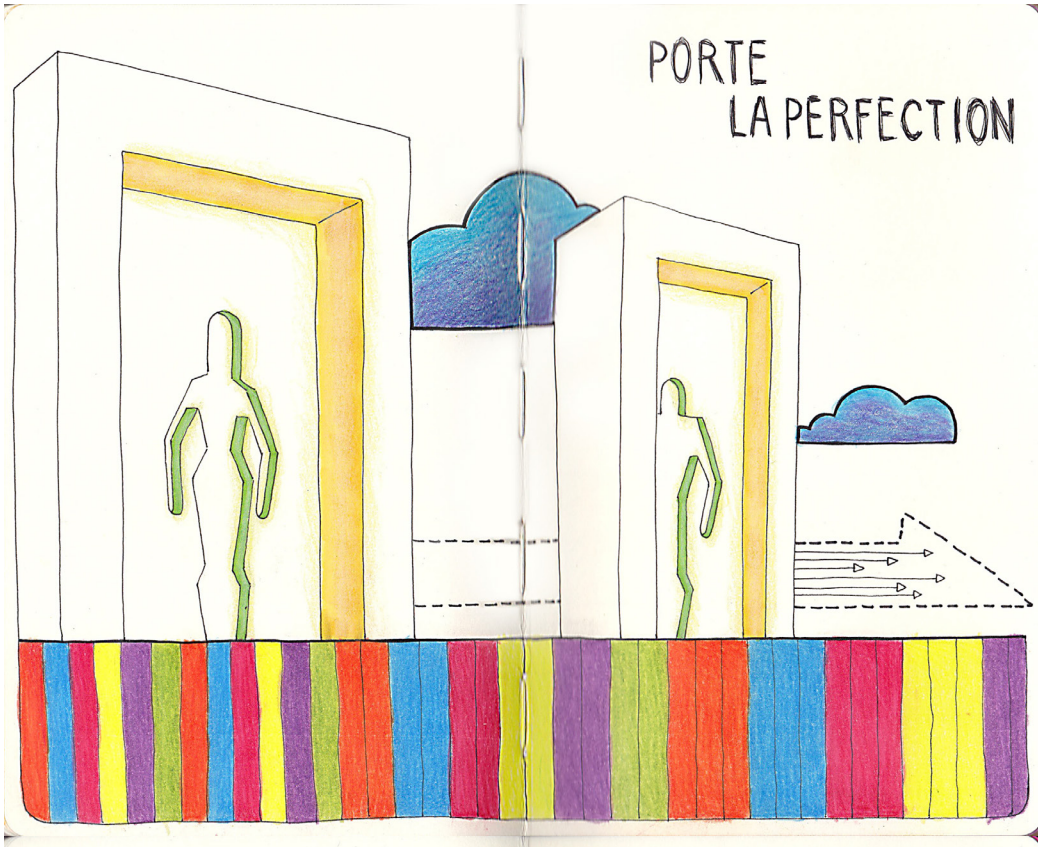
### ANNEXE 3



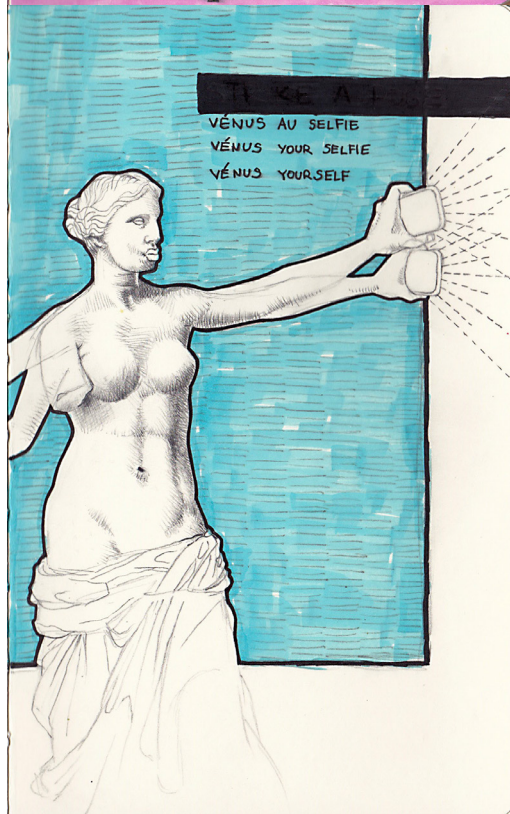
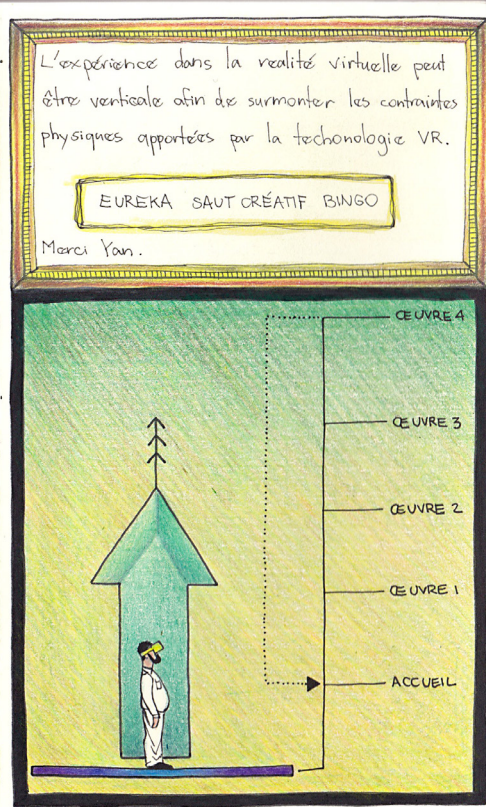
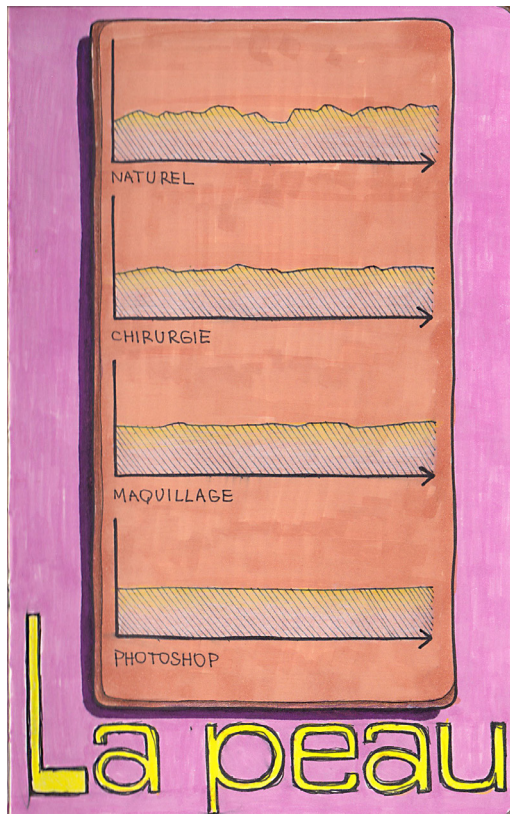




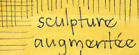












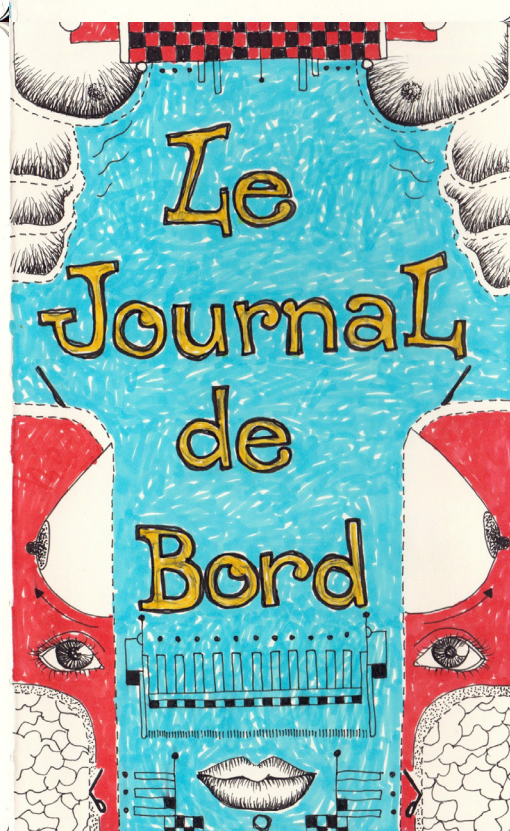
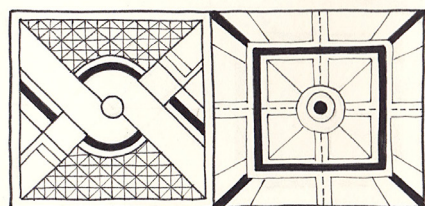
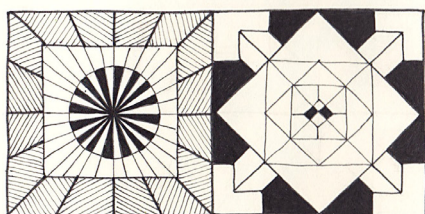
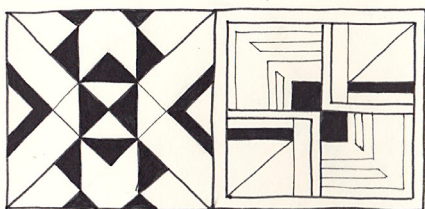
### hollow face

-projecteur

ordinateur

prise:

# HOLLOW BEAUTY DIAGRAM





beleza  
beauté

incorporação  
embodiment

environnement  
ambiente  
artístico  
artistique

expérience  
esthétique  
experiência estética

transmídia  
transmídia

affordance  
affordance

Souriau, Étienne. (1990) Vocabulaire d'esthétique.  
Paris. Presses Universitaires de France.

BEAUTÉ. la beauté est la qualité de  
ce qui est beau.

La beauté parfaite à ce compte est rare et  
improbable, tant sont nombreux les facteurs  
d'échec dans le processus dont résultent les  
données que l'on qualifie de belles.

On a observé souvent que dans des groupe-  
ments humains il y a une tendance à l'animosité  
contre celui que l'on sait trop différent  
des membres ordinaires du groupe. (...) L'objet  
beau, par cela même qu'il est exceptionnel  
et qu'il marque une certaine supériorité, peut  
intimider fortement et même un peu effrayer.

## MÉTHODOLOGIE RECHERCHE-CRÉATION

### ÉTAPE RECHERCHE-CRÉATION

I..... Recherche

II..... Conceptualisation

III..... Validation

Boucle Création

### ÉTAPE PRODUCTION

IV..... Préproduction

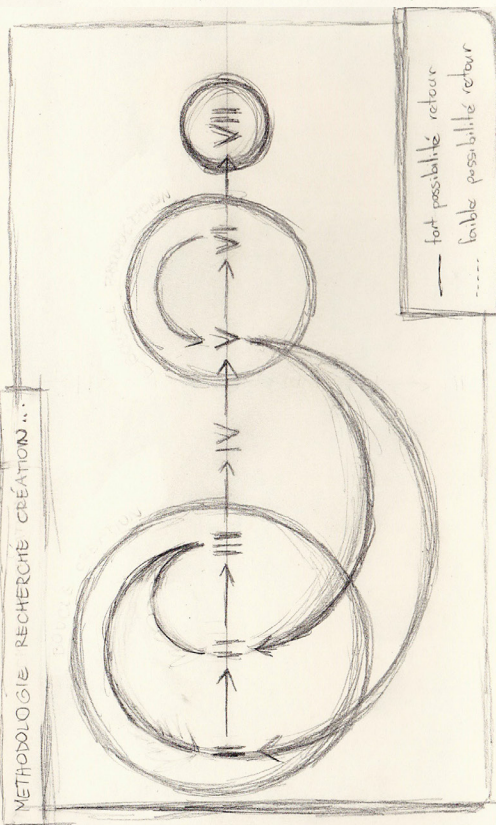
V..... Tests

VI..... Adaptation

VII..... Matérialisation

Boucle Production

MÉTHODOLOGIE RECHERCHE-CRÉATION...





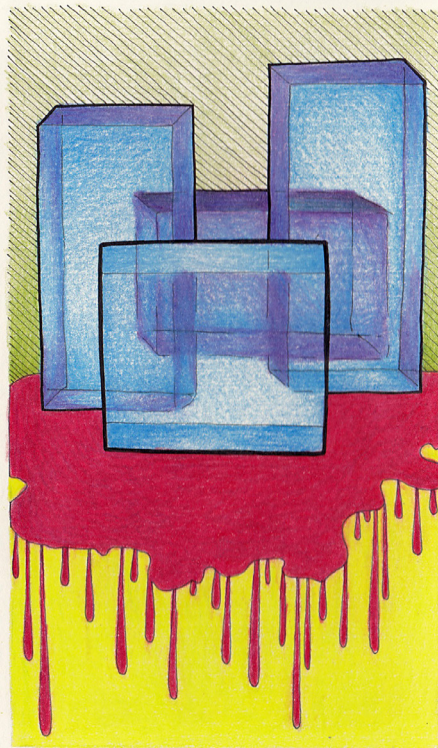
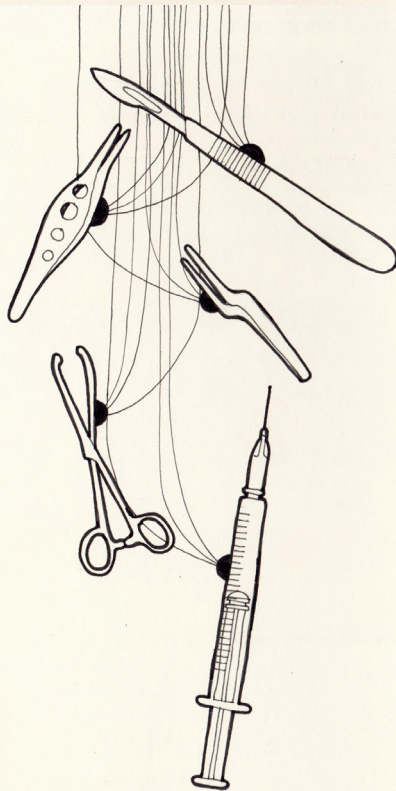


Longer lines or cleavage lines = natural orientation of collagen fibers in the dermis and generally parallel to the orientation of the underlying muscle fibers.

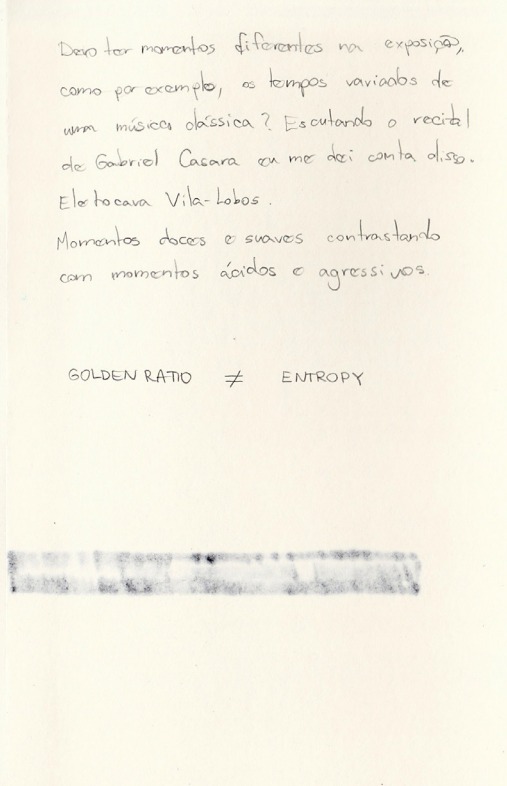
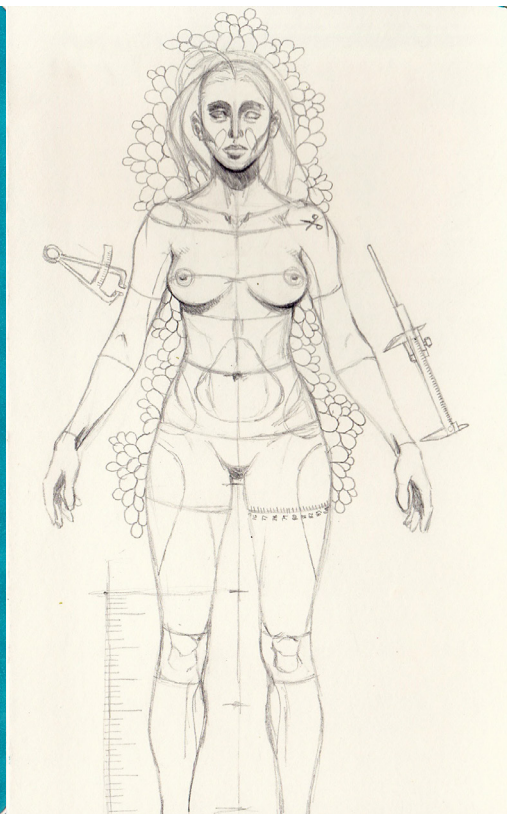
Workspace Unlimited = reference

Blaschko's lines = normally invisible lines in the skin caused by cell development.

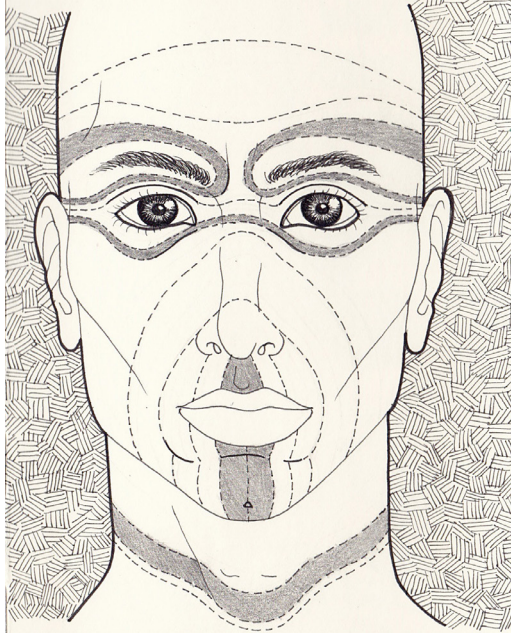
Azuma Makoto = Frozen Flowers











- 1\_ Vénus au selfie
- 2\_ Beauté éternelle
- 3\_ Ex-voto da beleza
- 4\_ Beauté fragmenté
- 5\_ Hollow beauty
- 6\_ Masque infini
- 7\_ Beauty watchers
- 8\_ La belle virtualité
- 9\_ Beauty building
- 10\_ Porte la perfection
- 11\_ Sala da beleza
- 12\_ Toilles
- 13\_ Défilé virtuel

WHAT  
ORDER DO  
I FOLLOW?



HOW MANY WORKS?

SHOULD IT BE AESTHETICALLY REALIST?

HYPERMODELES

Stendhal, qui définissait la beauté comme une promesse de bonheur ...

**IDÉAL** - adjectif ou nom, idéal désigne ce qui a les caractères d'une idée; mais, comme le mot d'idée, il a pris plusieurs sens, (...)

I - modèle de perfection, absolu et universel

II - essence particulière, servant de modèle, ou de critère pour des jugements de goût

III - existence spirituelle, opposée à la réalité matérielle, et vers laquelle tend l'âme humaine

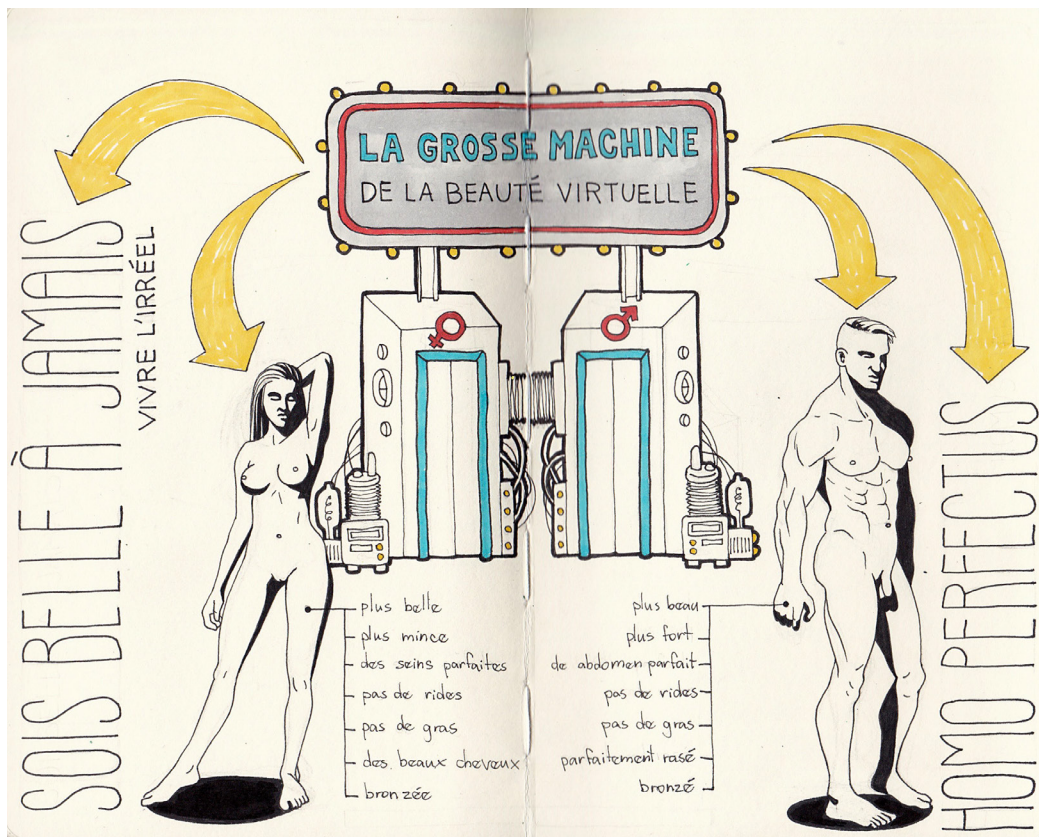
IV - qui manifeste son aspiration à la spiritualité par la recherche d'une grâce immatérielle et éthérée

V - réalisation artistique parfaite d'un

certain type d'êtres.

VI - qui n'existe que dans l'imagination





## DÉFINITION DU TERME

VIRTUAL REALITY EXPERIENCE

VRE

"VRAI"

Immersive Virtual Experience

Virtual Immersive Experience → correct way

VIRTUAL IMMERSIVE EXPERIENCE — VIE

EXPERIÊNCIA IMERSIVA VIRTUAL — EIV

EXPERIÊNCIA IMERSIVA VIRTUAL — EIV

C'est une expérience qui est immersive et dans un contexte virtuel.

EXPERIÊNCIA VIRTUAL IMERSIVA

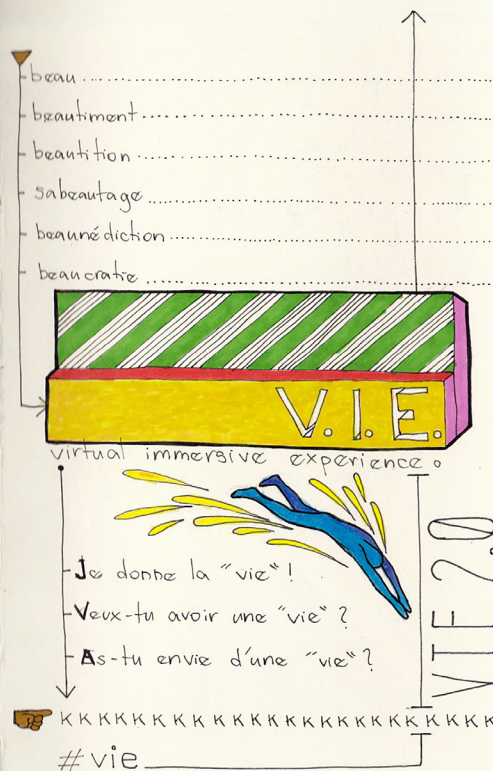
EXPERIÊNCIA IMERSIVA VIRTUAL → correct way

EXPERIÊNCIA RÉALITÉ VIRTUAL

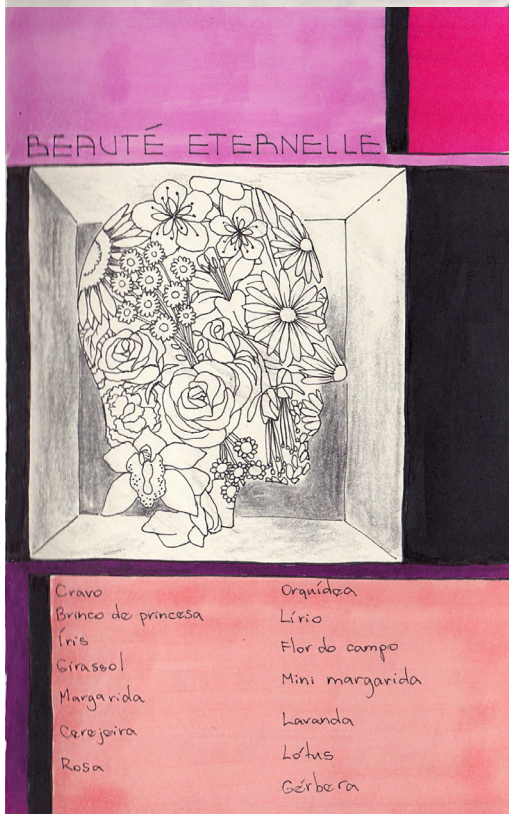
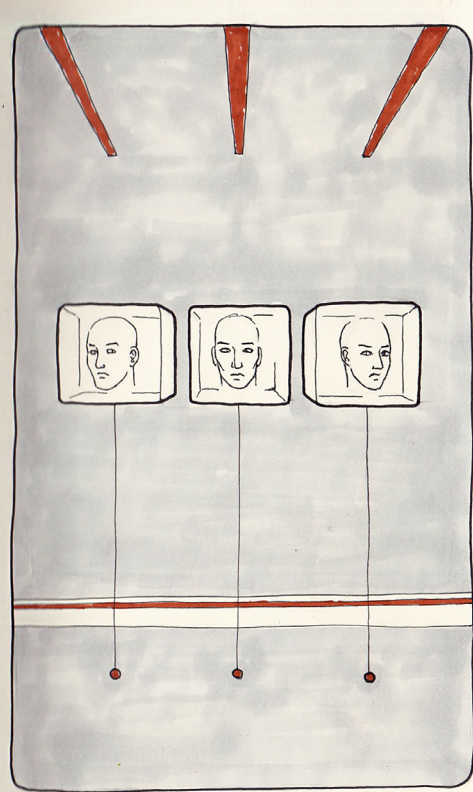
EXPERIÊNCIA RÉELLE EN RÉALITÉ VIRTUAL

EXPERIÊNCIA IMERSIVA EN RÉALITÉ VIRTUAL

C'est une expérience qui est immersive et dans une réalité virtuelle.





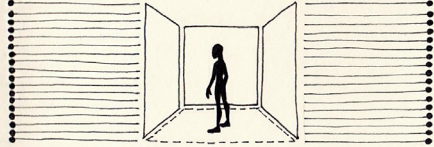




Para ajudar na imersão do espectador, deve haver uma plataforma do mesmo tamanho da capacidade ROOM SCALE do dispositivo. Esta plataforma física será duplicada no universo virtual. Creio ser importante, por experiência própria, haver um correspondente do mundo virtual no mundo físico, que você possa tocar e sentir.

A questão agora é como integrar essa limitação na exposição virtual... Usar uma plataforma giratória? Fazer as obras simplesmente aparecerem?

Talvez o espectador não deva girar em torno da obra pois não haverá resposta física no mundo real caso o espectador queira tocá-la. Isso pode causar um "IB" immersion breaker.



## BUILDING

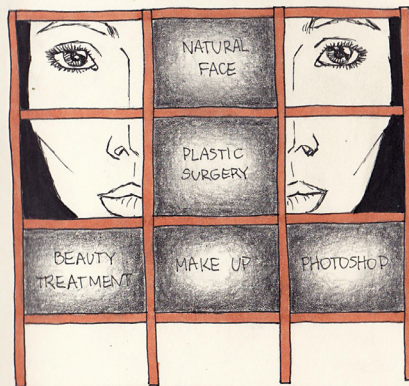
b e a u t y

in five steps • en cinq étapes • em cinco etapas

natural face • plastic surgery • beauty treatment • make up • photoshop

visage naturel • chirurgie esthétique • traitement de beauté • maquillage • photoshop

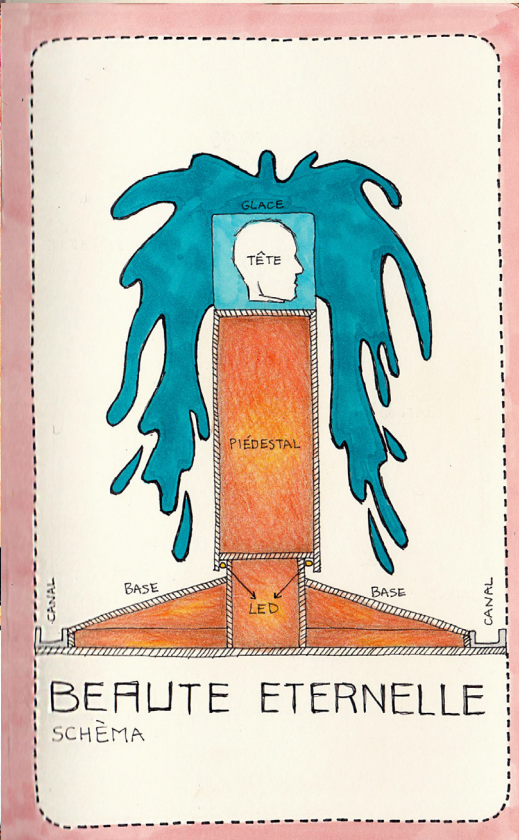
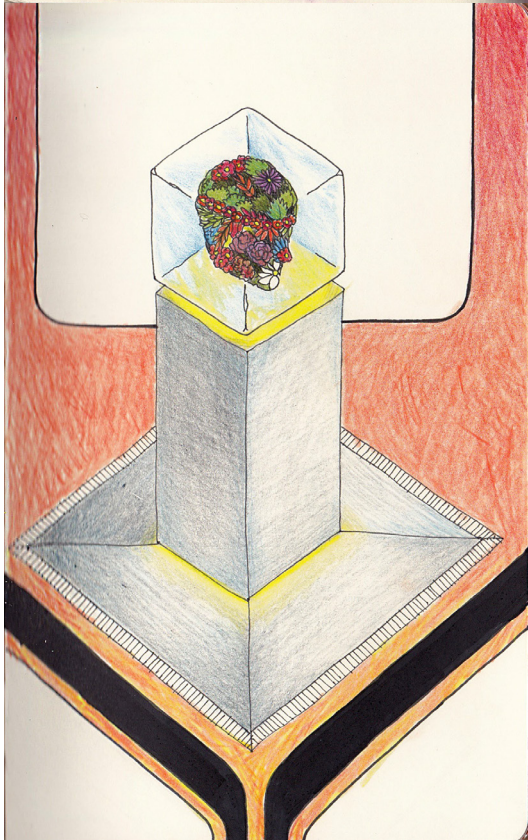
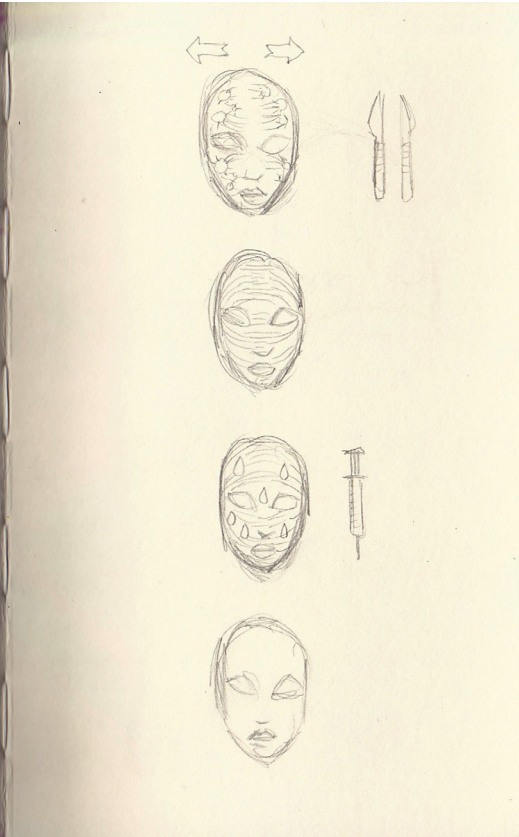
rosto natural • cirurgia plástica • tratamento de beleza • maquiagem • photoshop



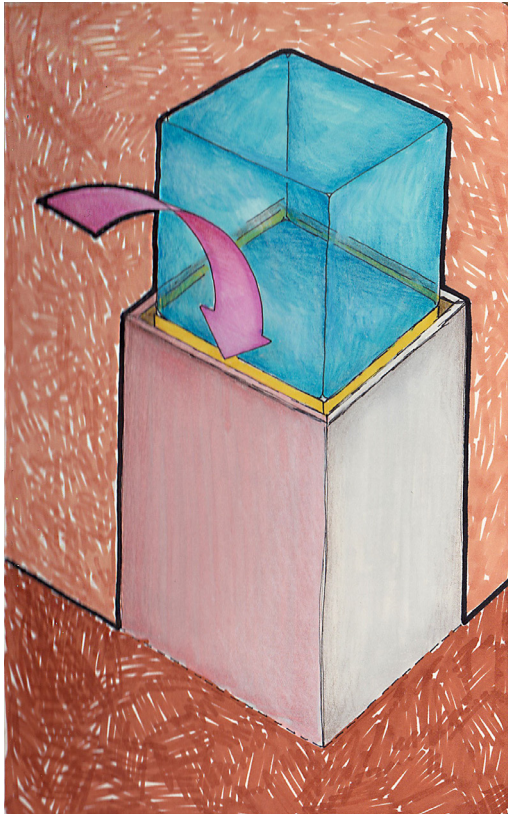
## NATURAL IS UGLY











Alors il s'agit de:

VIRTUAL REALITY EXPERIENCE  
EXPERIÊNCIA DE REALIDADE VIRTUAL  
EXPERIÊNCIA DE REALIDADE VIRTUAL

VIRTUAL IMMERSIVE EXPERIENCE  
EXPERIÊNCIA IMMERSIVE VIRTUAL  
EXPERIÊNCIA IMERSIVA VIRTUAL

IMMERSIVE EXPERIENCE IN VIRTUAL REALITY  
EXPERIÊNCIA IMMERSIVE EN REALIDADE VIRTUAL  
EXPERIÊNCIA IMERSIVA EM REALIDADE VIRTUAL

Mais, la réalité virtuelle est-elle toujours immersive ?

Peut-être la définition de "réalité" denote déjà le concept d'immersion... Non, réalité n'apporte pas d'immersion. On peut avoir une réalité et n'est pas immergé là-dessus... c'est correct ?

IEVR  
EIRV  
EIRV

